

「神秘顧客計劃」及「管理工作坊」助型格童裝 打造更閃亮造型

BABY MONSTER



公司背景



BABY MONSTER 自 2007 年在香港開業，到 2010 年發展至 4 個香港銷售點，以型格的本地設計和特色打入童裝市場，建立自家品牌。

BABY MONSTER 將型格的成人時裝概念引入童裝，主打優閒、舒適、簡潔風格，塑造小童有個人風格和醒目的外形。**BABY MONSTER** 除了提供由本地設計師出產的童裝，亦引入不同的配飾及小童用品，務求為小童帶來全面的造型體驗。

雖然 **BABY MONSTER** 的童裝專為初生嬰兒至八歲小童而設，購買者毫無疑問是小童的父母及其親友。針對現時的父母更願意為其子女花費的情況，**BABY MONSTER** 除了以設計取勝，其質料及剪裁亦屬優質，故成功吸引一群消費能力較高的顧客。

服務挑戰



對於 **BABY MONSTER** 來說，顧客服務是十分重要的一環，**BABY MONSTER** 經理劉小姐指出，良好的顧客服務能提升顧客滿意度，讓他們成為公司的忠心支持者，確保客源及增加銷售。

BABY MONSTER 的前線員工亦兼任小朋友的形象顧問，一班前線員工合作無間，為到來的每位小顧客提供穿衣配搭之道，令顧客的消費滿足感更高。

不過，**BABY MONSTER** 亦同樣面對其他零售商的難題，便是人才流失及培訓上的困難。新入職的員工既未完全熟悉產品資料，亦欠缺經驗處理顧客不同的要求，很多時當資深員工或主管不在旁協助時，員工未必能就情況作出合適的應對及改善，令服務質素不穩定。

成果分享

劉小姐及其同事經常參加不同機構舉辦的工作坊和研討會，希望能獲得更多管理及顧客服務方面的心得，幫助提升公司表現，並加強員工的歸屬感。劉小姐有見香港零售管理協會一向在零售業的重要角色，對是次協會主辦的「神秘顧客計劃」及「管理工作坊」甚有信心，而此這兩項服務讓劉小姐獲益良好。



劉小姐讚賞「神秘顧客計劃」的報告客觀詳盡，讓 **BABY MONSTER** 明白現時顧客服務的標準及要求，加上參加計劃的中小企零售商數目眾多，令報告中所提供的表現比較 (benchmarking) 更有意義，使 **BABY MONSTER** 明白自己的位置，從而作出改善。

劉小姐亦表示報告有提點作用，推動 **BABY MONSTER** 自我檢討，為提供最優質的顧客服務而不斷努力。

在完成「管理工作坊」後，為了令員工表現的更一致，劉小姐將為 **BABY MONSTER** 加設員工手冊，給予員工清晰指引，讓員工更明白公司的要求及發展；公司亦可以有更客觀的標準評估員工表現，讓兩者都得益。

其次，**BABY MONSTER** 新增每月一次的員工交流會，讓前線人員交流意見，分享經驗，加強溝通。

劉小姐總結道：「我們對是次計劃感到十分滿意，相信新措施將會幫助 **BABY MONSTER** 的表現更進一步，希望未來有機會參加香港零售管理協會其他類似的服務。」



主辦機構：



「中小企業發展支援基金」撥款資助
Funded by SME Development Fund



在此刊物上／活動內（或項目小組成員）表達的任何意見、研究成果、結論或建議，並不代表香港特別行政區政府、工業貿易署及中小企業發展支援基金評審委員會的觀點。