

「管理工作坊」助設計師品牌具體化管理 進一步提升店舖表現

musé

公司背景

musé

musé 是一間由本地設計師創立的時裝店，在 2010 年共有 6 間分店。**musé** 起初僅設計流行飾物，於大型商場的專櫃寄賣，有見其產品越來越受歡迎，**musé** 便決定自行開設零售店舖，並擴大產品線，售賣自家設計的服裝、手袋與鞋履。

musé 針對一群消費能力及要求均較高的辦公室女郎與行政人員，所以 **musé** 以個性及獨特性為賣點，利用基本色調和有心思的剪裁塑造個人風格，很受講求與眾不同的女性顧客喜愛。

雖然 **musé** 每個月均有三至四成顧客來自相熟顧客，但潮流服飾始終非必需品，時裝行業競爭亦大，**musé** 深信有質素的前線員工十分重要。**musé** 現時的前線員工都擁有銷售經驗，有良好的溝通技巧，亦有潮流觸角，能夠因應公司產品、時裝潮流和顧客需求而作出推銷，促成交易。



服務挑戰

為保留人才，**musé** 設立內部晉升制度，提升員工忠誠度。**musé** 明白到前線人員日常工作難免遇到不少挫折，故特別安排有關情緒智商 (EQ) 及溝通技巧等培訓，提高他們的心理質素和自信。

然而，隨著 **musé** 規模日益擴大，管理上的挑戰亦增加不少。對 **musé** 市場拓展總監歐陽先生而言，前線人員的表現不穩是其中一個艱巨挑戰：「為了讓前線同事表現一致，公司制訂了工作指引，由店舖主管執行和監察。但當我們的員工數目上升時，我們留意到店舖表現出現差異，未能達到公司標準。故我們需要再進一步加強管理，提升公司整體表現。」



成果分享

歐陽先生一向都有參加坊間不同的課程，是次由香港零售管理協會主辦的「神秘顧客計劃」及「管理工作坊」，亦為他帶來不少管理上的啟發。

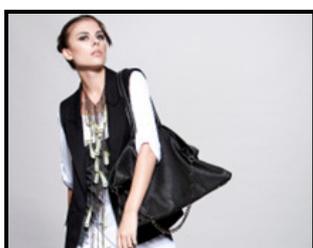
「神秘顧客計劃」的報告加深了歐陽先生在顧客服務方面的信念，報告反映出 **musé** 在接待及與顧客道別方面稍有不足，歐陽先生深信這些細節看似微不足道，但卻影響深遠，對建立店舖的整體形象及顧客關係至為重要。

在完成「管理工作坊」後，歐陽先生把工作坊上獲得的心得融入 **musé** 現行的制度，更得到令人驚喜的效果。

歐陽先生表示：「自成立 **musé** 以來，每位同事每星期都要提交一份工作報告表，列出他們每星期的工作目標，但成效卻未如理想。在參加了工作坊後，我明白到大家在準備報告表時，需要更量化及具體化地訂出目標，讓大家都有確實的進步指示。於是我要求他們以新模式準備報告表，明確地寫出目標、行動和結果，在實行數個月後，我們都很高興見到同事有各方面的改善，包括遲到減少、信心提升、態度更正面；而最令我們驚訝的，是 **musé** 的營業額有所上升。

我們亦把這個理念應用到工作其他方面，例如在開會時把討論內容具體化，令同事更易明白，提高效率。」

歐陽先生總結道：「導師曾提到『平凡人做不平凡事』的說法，我甚為認同，並相信零售業是一個充滿機會的行業。我相信新思維能幫助 **musé** 變得更出色，亦希望將來有更多類似的支援服務，協助中小型企業實現夢想。」



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。