

「管理工作坊」革新台灣食品專門店管理思維 改善內部溝通 營造更佳士氣

新台場



公司背景

新台場在 2002 年於銅鑼灣成立首間門市，售賣深受港人歡迎的台灣食品，當中不乏由他們獨家代理的著名台灣品牌如新東陽及義美食品。**新台場**提供的台灣食品種類十分豐富，由最為人熟悉的鳳梨酥和肉乾，以至配合養生的薑母茶，甚至台灣土產的煮食用料都有出售，每每令顧客喜出望外，所以**新台場**的生意基礎開始得甚為穩固。

由於香港人對副食品需求殷切，市面上亦越來越多類似的台式或其他國家食品零售商。面對同行的競爭，**新台場**每月都有專人到台灣選購新貨，保持新鮮感，而透過他們與供貨商的良好關係，他們可確保貨源及貨品質素穩定，讓顧客購物更安心。**新台場**亦不時推出試食、會員優惠及公司網站，幫助他們與顧客建立長遠關係。



服務挑戰



隨著近幾年台灣食品大行其道，**新台場**亦不斷壯大，而 2009 年亦可謂他們一個重要的發展里程碑。

儘管 2009 年金融海嘯席捲全球，對**新台場**的衝擊卻未算嚴重。**新台場**市務經理秦祿欣小姐指出，由於食品始終為民生必需品，而新台場的貨品價格合理，故所受的打擊並不大。**新台場**反而趁此機會，利用租金及人工下調積極擴充規模，在一年之內開設 4 間分店，令店舖總數大增一倍。



不過，店舖急速擴充卻對管理層帶來不少挑戰，秦小姐指出**新台場**在人手分配、管理及內部溝通方面都需要革新，以確保公司運作效率，繼續發展。故此，是次香港零售管理協會主辦的「神秘顧客計劃」及「管理工作坊」，十分切合**新台場**的需要。

成果分享

秦小姐說：「『神秘顧客計劃』的報告為我們提供了一個客觀的表現評審系統，能有效地及仔細地了解前線人員的工作表現，加上當中的『表現比較 (benchmarking)』，讓我們知道自己的不足，可以對症下藥作出改善，例如我們為所有員工提供名牌，並在店舖中加設顧客問卷及意見箱。」

新台場收到報告後，與前線員工講解他們在評審範疇上獲得的分數，並把神秘顧客的評語綜合作為員工培訓的重點，確保每位員工都會有所改善；而接著的「管理工作坊」，更刺激了**新台場**在管理上注入新思維：

- 重新制定公司架構，訂明職級及分工，避免工作上的灰色地帶。
- 進行權力下放，讓前線同事在日常營運及工作安排上盡量發揮，而辦公室則主責策劃及市場推廣，並擔當監察角色。
- 設立員工工作評估系統，讓公司更有效知道員工表現，亦給予員工更多渠道反映意見。
- 認真處理銷售數據，量化營業表現，方便計劃促銷活動及未來發展路線。

秦小姐指出：「這些新安排不單改善了我們的內部溝通，提升了辦公室和前線員工的工作效率，更大大刺激公司上下的士氣。在加設了顧客問卷後，我們收到的問卷平均分達四分(以五分為滿分)，對我們而言是很大的鼓舞。」

秦小姐總結：「我們非常高興參加了是次計劃，對管理層來說，我們更明白到顧客服務對零售經營的重要性；而在工作坊上獲得的知識，我們亦不時重溫討論，對我們**新台場**的持續發展和未來路向甚有幫助。」



主辦機構：



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



工業貿易署
Trade and Industry Department