



中小企活動支援系列

香港零售管理協會獲香港特別行政區政府工業貿易署「中小企業發展支援基金」撥款資助，為中小企零售商提供一系列活動。協會最近編撰了《零售攻略二》，探討中小企零售商在品牌定位、宣傳策略、顧客服務、店舖管理及人才發展各方面的營運挑戰，分享成功竅門。協會將於4月24日、30日及5月4日刊登3個成功個案。

中小企成功個案分享

0/3 Baby Collection

善用媒體宣傳商品 傳揚親子關愛

0/3 Baby Collection開業30年，都以「Makes the difference」為宗旨，提供與別不同的商品及服務，出售國際品牌的嬰兒家居用品，當中不少都是獨家代理，開業至今已擁有過萬名會員。

明星名人效應 逐步加強推廣

0/3 Baby Collection善用名人效應，不時贊助嬰兒用品予名人，在網頁內以軟性滲透方式宣傳。企業也會贊助或協辦不同的親子活動，以履行社會責任為品牌加分。

網上社交平台 宣傳直接到位

企業充份利用新媒體和新科技，成功減低宣傳成本。企業善用各個社交平台，上傳短片及動畫作商品介紹、分享資訊、收集意見以及發送優惠。企業更於門市裝置平板電腦，供顧客查閱商品資訊；顧客亦可免費下載相關的應用程式，方便瀏覽產品及網上購物。

品牌人性化 與顧客分享教子心得

除宣傳商品，商戶背後有一套培育健康下一代的理念。負責人深明為人父母者都想把最好的給予自己子女，故在網站與家長分享教子心得。而在2007年開始的「教養篇」，更會在網站節錄訊息正面的文章，希望藉此幫助父母建立和諧關愛的家庭。



行業挑戰：如何發揮網絡推廣之最大效益？

今時今日，互聯網絡幾乎是現代人溝通的主要渠道，而不少企業已透過互聯網推廣品牌。不過，部份企業卻忽視了互聯網絡的獨特之處：發送者與受眾的互動關係，因而未能將之好好發揮。

建議錦囊1：免費網絡平台 低成本高效益

- 多利用網上不同的推廣途徑，如社交網站和短片分享。
- 在社交網站內，利用網民喜愛「分享」或「轉發」資訊的特性，使信息以一傳百，提升滲透率。

建議錦囊2：灌輸專業資訊 提升品牌形象

- 以觀眾的角度，搜羅與自身商品有關的資訊，在網站或網頁內分享，建立專業而人性化的形象。
- 仿效成功企業，在網頁提供正面和健康的資訊，推行顧客教育。

建議錦囊3：收集顧客意見 促進互動連繫

- 利用不同的模式向顧客收集意見，如按「喜愛」(Like)鍵、設置留言系統等。
- 對顧客的意見表達，無論正面與否，都要迅速回應。

「中小企零售商」開放日



日期：2012年4月26日（星期四）
時間：上午9:30 — 下午5:30
地點：香港生產力促進局4樓會議廳
內容：展覽及研討會

主題：市場發展、店舖設計、品牌管理、數碼行銷、能源效益、顧客服務、招才留才、企業社會責任
網址：<http://sme.hkma.org/sme-opensday.php>

查詢：2893 4928



中小企活動支援系列

香港零售管理協會獲香港特別行政區政府工業貿易署「中小企業發展支援基金」撥款資助，為中小企零售商提供一系列活動。協會最近編撰了《零售攻略二》，探討中小企零售商在品牌定位、宣傳策略、顧客服務、店舖管理及人才發展各方面的營運挑戰，分享成功竅門。協會將於4月16日、20日、24日、30日及5月4日與大家分享六個成功個案。

中小企成功個案分享

行業挑戰：業務如何定位 鎖定目標客群？

不少中小企零售商在投入發展業務之際，未有全盤掌握營運方向，或未因應市場或商品優勢制訂銷售策略，或因缺乏創新求變，未能吸納目標客群的注意，以致業務發展停滯不前。

建議錦囊：尋找清晰定位 辨別目標客群

- 根據自家產品在市場上的定位，找出獨特之處，針對目標客群，突顯商品優勢；同時找出市場上目前尚無法提供的產品或服務需求，尋找突圍領域，為商品另覓出路。
- 了解消費者期望自家產品為他們帶來什麼價值；繼而探討目標客群的特徵，洞察他們購買商品的目的。
- 服務配套全面，掌握市場走勢。
- 從商品外觀、價格策略、銷售渠道、宣傳形象等方面，塑造產品與眾不同的形象，反映商品的市場定位。
- 從員工入手，透過專業內部培訓，培育優秀團隊，突顯前線員工的服務水準，提供優質售前、售後服務。
- 定期了解大眾不斷變化的喜好和當前消費趨勢。
- 建立詳盡的顧客資料庫，記錄顧客的背景及交易紀錄，進行分析，後制定合適的市場策略。

MIST創作麵工房

定位獨特 從心出發 創造拉麵神話

創作麵工房的老闆於2010年買下專營權，將「MIST」創作麵工房引入香港。老闆貫徹品牌始創人的理念，對食材、味道及出品有絕對的堅持，用心製造優質麵條。雖然拉麵價格高昂，卻不乏支持者，其成功背後究竟有什麼秘密呢？

精益求精 質量第一

為確保出品質素，企業在港自設廠房，除了來自日本的拉麵機，更有來自日本的麵條師傅監工造麵，品質受嚴格監控。此外，企業對麵粉、麵條粗幼，甚至湯底濃淡均一絲不苟。

與客交心 服務體貼真心

無論食品、環境還是服務都完全為目標客群度身訂造，加上高消費力顧客大多對食品的質素有極高要求，不介意以較高價錢享用優質美饌，正正配合企業對拉麵品質的堅持。

總括而言，企業定位及目標清晰，並持續令目標客群喜愛企業的出品，與客人建立了一種難以割捨的微妙關係，也許，這就是售實天價拉麵仍不捧場客的成功之道。



「中小企零售商」開放日

費用
全免

日期：2012年4月26日（星期四）
時間：上午9:30 — 下午5:30
地點：香港生產力促進局4樓會議廳
內容：展覽及研討會

主題：市場發展、店舖設計、品牌管理、數碼行銷、能源效益、顧客服務、招才留才、企業社會責任
網址：<http://sme.hkma.org/sme-opensday.php>

查詢：2893 4928



中小企活動支援系列

香港零售管理協會獲香港特別行政區政府工業貿易署「中小企業發展支援基金」撥款資助，為中小企零售商提供一系列活動。協會最近編撰了《零售攻略2》，探討中小企零售商在品牌定位、宣傳策略、顧客服務、店舖管理及人才發展各方面的營運挑戰，分享成功竅門。協會將於4月20日、24日、30日及5月4日與大家分享其餘4個成功個案。

中小企成功個案分享

The Palace, Prince & Princess

小企業 大品牌

開業於2002年，主要提供自家設計及由外地引入的皇冠造型閃石首飾、家品、禮品、擺設及服飾等，商品以粉色及可愛造型為主，目標客群為中產收入人士。

夢幻世界 牽動童心

品牌創辦人以「Dreams Come True」為品牌理念，並確立鮮明的品牌形象，無論在商標、環境、產品設計、員工制服、店舖背景音樂等方面，都盡盡心思，以融合王子公主夢幻童話世界的主题。企業的首間店到今日的旗艦店，裝修的主色調都用上粉色，與商品呼應，加強童話感覺，建立鮮明印象。為了讓顧客的童話夢成真，企業亦會在服務上作出靈活的配合，造就王子和公主美滿結局。

商品走多元化 品牌地位穩固

企業明白不少成熟顧客鐘情公主皇冠商品，於是開設成熟路線的皇后及國王系列，擴大業務發展空間。由於企業口碑好，坊間出現不少質素低劣的冒牌貨，甚至類近的店舖商標。不過企業無懼挑戰，更為此感到自豪。企業堅持品牌的獨特風格，繼續散發尊貴華麗、別具一格的品牌形象。



行業挑戰：如何有效管理店舖 締造優質購物體驗？

優質購物體驗來自良好的購物環境與銷售流程，但很多企業都忽略了這兩方面的管理，以至未能提升顧客購物的方便。

建議錦囊 1：店舖櫥窗佈置 營造購物氣氛

- 商舖的整體設計、櫥窗擺設及商品陳列，可為顧客帶來獨特的服務體驗，提升購物意欲，有助與顧客建立長遠的關係。
- 設計須融入市場推廣、消費心理、室內設計等專門知識，針對目標客群擬出一個主題，營造出獨有的購物氣氛。
- 店內行銷設計應以消費者的行為為依歸，使顧客樂於流連店內。
- 注意店舖環境和員工的整潔，保持通道暢順。
- 櫥窗設計能有效宣傳新到貨品，並傳達店舖形象。
- 融入科技元素，提供時尚的購物環境。

建議錦囊 2：善用店舖空間 提升購物效益

- 有條理地陳列商品，方便顧客購買，並刺激選購額外商品。
- 營造舒適的購物環境，讓顧客輕鬆選購。
- 為使銷售流程暢順，貨存系統及付款服務應以顧客的需要為首。

「中小企零售商」開放日

費用
全免

日期：2012年4月26日（星期四）

時間：上午9:30 — 下午5:30

地點：香港生產力促進局4樓會議廳

內容：展覽及研討會

主題：市場發展、店舖設計、品牌管理、數碼行銷、能源效益、顧客服務、招才留才、企業社會責任

網址：<http://sme.hkma.org/sme-openday.php>

查詢：2893 4928



中小企活動支援系列

香港零售管理協會獲香港特別行政區政府工業貿易署「中小企業發展支援基金」撥款資助，為中小企零售商提供一系列活動。協會最近編撰了《零售攻略2》，探討中小企零售商在品牌定位、宣傳策略、顧客服務、店舖管理及人才發展各方面的營運挑戰，分享成功範疇。

中小企成功個案分享

千葉草集團有限公司 火鳳凰形象重生 專業服務添信心

千葉草集團有限公司2007年開業，從樓上舖發展到4間商場舖，代理的護膚品牌由中低檔次走向中高檔次，針對中產女性客群。企業現今的成就得來不易，全賴上下一心打拚出來。

逆境求變 找對路向

2010年企業遇上營運危機；高員工流失率和激烈同業競爭。企業作出改變，重整員工薪酬架構，加強輔導及培訓，培養員工的歸屬感。此外，企業改變銷售策略，重新定位，與中高檔優質品牌合作，並取得代理權，擴大客源。

重新定位 建立品牌

企業努力改善品牌形象，除了將員工制服轉為套裝外，亦把新舖打造成概念店，劃出試用區。管理層明白與中高檔新品牌合作的危與機，雖然新產品的價格較高，但企業會利用與新品牌合作的優勢，為顧客提供質量有保證的產品，並利用新品牌提供的培訓、小冊子等資源，為顧客提供專業知識。企業更提供會員制度及優惠，以多元化服務留住顧客，促進銷售額。

人性化企業文化 提升員工歸屬感

管理層非常重視員工的培訓及輔導。新入職員工除了得到輔導員的協助外，也會由一位「大姐姐」悉心照顧，讓員工盡快融入工作。無論新舊員工遇上情緒或其它方面的問題，輔導員都會盡力協助，以增加員工歸屬感。另外，企業以高底薪及公佣方式，保障員工的收入，從而改善員工的銷售態度。

妥善溝通模式 全力支援員工

企業利用完善零售系統軟件，加強前線及後勤員工，以及客戶與管理層之間的溝通。有關軟件可助各分店流通各種有用的資料，方便企業即時

跟進。內部方面，企業設有相關系統供員工交流，同時鼓勵員工以手機短訊互相提點，加強溝通。



行業挑戰： 怎樣推動員工達到卓越顧客服務的一致水平？

企業縱使已有明確業務理念及方向，然而管理層對優質服務的願景，卻似乎難以傳遞至前線員工，推動同事落實執行。其中最關鍵的障礙，是企業未有清晰地界定服務標準，又缺乏適當的監察以及鼓勵制度，難以促使員工相應配合。

建議錦囊1：

制定明確服務標準 建立優質企業文化

- 與員工一起制定切合業務需要的服務標準。
- 針對競爭對手難以模仿的「服務文化」，建立優勢。

建議錦囊2：

神秘顧客訪查 解構前線情況

- 向員工解釋計劃的目標：改善營運，加強競爭力。
- 進行神秘顧客訪查，了解前線的優勢與不足之處。

建議錦囊3：

訪查、獎賞並行 爭取員工支持

- 建立獎勵制度，即時認同和鼓勵優良的員工。
- 提供貼心的服務，創造愉快而獨特的顧客體驗。

查詢：2893 4928

網址：<http://sme.hkrma.org>



中小企活動支援系列

香港零售管理協會獲香港特別行政區政府工業貿易署「中小企業發展支援基金」撥款資助，為中小企零售商提供一系列活動。協會最近編撰了《零售攻略2》，探討中小企零售商在品牌定位、宣傳策略、顧客服務、店舖管理及人才發展各方面的營運挑戰，分享成功竅門。

行業挑戰：

如何走出員工難以招聘及流失的困局？

八十、九十年後年輕新世代對工作的期望與上一代有異，再加上員工經培訓後被同業高薪挖角，令不少零售商戶近年面對嚴重的員工流失問題。

建議錦囊1：

合理薪酬考核 提供深造培訓

- 制定合理而有效的報酬系統，論功行賞。
- 了解員工的職業發展願景，提供多種發展渠道和進修機會，助他們實踐抱負。

建議錦囊2：

提升工作趣味 推行輪換政策

- 推出「工作輪換」政策，有助員工了解公司業務，也能提升員工的工作新鮮感與滿足感。
- 跨崗位合作，接納創新思維。
- 觀察及與員工面談，知人善用，發揮員工的潛能。

建議錦囊3：

勞資互信互諒 創造和諧氣氛

- 採取「以員工為本」的企業文化，肯定他們的價值和貢獻。
- 定期小組分享活動，培養互相學習的態度和加強溝通。
- 適時獎勵員工，予以肯定。

建議錦囊4：

新世代管理模式 配合新世代思維

- 採取開放式管理，重溝通、尊重和平等，善用新興的溝通模式，贏得他們的信任和好感。

中小企成功個案分享

俊華旅行社

培育人才 維持穩定工作團隊

俊華旅行社為旅遊及商務人士代辦機票、酒店套票及購買保險事宜等。企業有20多名前線員工，不但年紀差距大，年資亦有參差。不過，企業仍成功建立穩定的工作團隊，令公司在行業激烈競爭下，業績仍有增長。

與眾不同 淡市招聘

企業透過不同途徑吸納不同背景的員工，按應徵者的資歷配置崗位。在淡市時，企業更積極招聘因年資淺而被裁退的旅遊業從業員，皆因沒有經驗的新人較易吸收新知識、新思維及肯拼搏，經培訓後成為生力軍。

因材施教 靈活獎賞

管理層採用因材施教模式，按員工的年資及經驗而提供不同的培訓。新入職員工由資深及表現較好的員工做導師，並會定期調往不同部門工作，讓他們全面了解各部門的運作。企業又會不定期安排受訓員工參與「角色扮演」活動，訓練應對。另外，企業高透明度的薪酬和獎賞機制，再配合每年年初訂下的營業目標，全面滿足員工對工作的期望：收入、前途及成功感。

定期會面 建立互信

管理層明白坦誠的溝通有助與員工保持儼如家人及夥伴的關係，因而會與員工定期會面和分享。企業善用「以新文化改變舊思維」理念，不時向資深員工灌輸新服務文化，並表揚表現良好的新入職員工，藉此帶出新的服務標準及氣氛，以新帶舊推動改革。



查詢：2893 4928

網址：<http://sme.hkrma.org>



中小企活動支援系列

香港零售管理協會獲香港特別行政區政府工業貿易署「中小企業發展支援基金」撥款資助，為中小企零售商提供一系列活動。協會最近編撰了《零售攻略二》，探討中小企零售商在品牌定位、宣傳策略、顧客服務、店舖管理及人才發展各方面的營運挑戰，分享成功個案。協會將於4月30日及5月4日刊登2個成功個案。

中小企成功個案分享

紅酒村

嚴控酒質 帶動品酒潮流

近年紅酒市場在香港及國內快速增長，永富酒業有限公司轄下的紅酒村看準商機，在香港與國內合共開設5間分店，自行引入世界各地高質素的紅酒白酒。經過多年的營運及摸索，紅酒村現擁有超過800多款的優質葡萄酒。

嚴控品質 迎合市場

紅酒村負責人會定期到訪各地酒莊，緊貼市場發展。入口酒品時亦會參考歐美等地的酒評家意見，從世界各地相熟的酒莊直接入口酒品，質量和價格都得到保證。

企業不時舉行免費試酒晚宴，以了解顧客的口味和推介新酒。另外，企業按市場研究的資料，向分店提供適當的酒品，以迎合不同區域顧客的口味及消費力。

葡萄酒在運送及儲存過程中均需24小時恆溫恆濕，企業在這方面有相關設備，全面保留葡萄酒的口感及味道。

員工具備專業知識 銷售自然得心應手

紅酒村出售的葡萄酒繁多，前線銷售員工的專業知識及銷售技巧尤其重要。每位銷售員入職前，均需完成具國際認可資格的高級證書課程。而入職後，員工亦要懂得靈活地調整銷售技巧，以應對顧客的不同酒齡及產品認知。在部門主管的教導下，員工懂得用生活化的字眼，為酒齡淺的顧客介紹產品；對葡萄酒有認知的顧客，則只需講其細意挑選，適當時候作出解釋便可。

鑑於葡萄酒市場發展迅速，其產地、品牌及種類越來越多，企業為提升員工質素，不時派員工出席酒莊的試酒會，又或資助他們參觀海外酒莊，讓他們常工作於旅遊，提升投入感，一舉兩得。



行業挑戰： 如何增加品牌價值突顯形象？

有些企業十分注重商品質素與誠信，卻忘記把已建立的品牌形象融入宣傳項目中；有些企業更認為打造品牌形象不切實際；凡此種種都令商品未能在大眾心目中留下深刻印象。

建議錦囊 1： 確立核心價值 創造品牌故事

- 在與消費者的共同價值上，建立鮮明而統一的品牌形象。
- 創造「品牌故事」，可突顯品牌與眾不同之處。
- 融合附加價值或營商理念於品牌中。

建議錦囊 2： 完善前線服務 傳達品牌訊息

- 透過員工的形象和銷售服務，突顯品牌形象。
- 從產品到服務，由內而外，表達出貫徹始終的鮮明訊息，鞏固品牌形象。

「中小企零售商」開放日



日期：2012年4月26日（星期四）
時間：上午9:30 — 下午5:30
地點：香港生產力促進局4樓會議廳
內容：展覽及研討會

主題：市場發展、店舖設計、品牌管理、數碼行銷、能源效益、顧客服務、招才留才、企業社會責任
網址：<http://sme.hkma.org/sme-opensday.php>

查詢：2893 4928