

嘉許中小企零售表現 助握優質服務要訣

香港零售管理協會（下稱協會）自2010年開始，獲工業貿易署「中小企業發展支援基金」撥款資助，舉辦「中小企支援計劃」，協助本港中小企零售商拓展業務。去年9月推出的第5期計劃以「善用資源 追求卓越服務」為主題，共有約400間中小企參與。協會於上週四（8日）舉行壓軸分享會，並嘉許在計劃中有優異表現的中小企零售商。

為期15個月的計劃旨在協助中小企零售商了解服務的重要性、提升服務質素、解決人手短缺及培訓等問題。中小企參與工作坊及顧問服務後，可免費參加神秘顧客服務評估，以評核公司整體的服務水平，藉以了解並改善服務質素。協會按7個零售組別選出了服務表現最卓越的公司及總成績最高的首3間公司。今年，計劃共吸引78間零售店舖參與有關評估，當中有8間公司獲得嘉許。



鄭偉雄表示，零售商只要把握好接觸顧客的機會，做好服務，在逆境中仍能創造機會。

協會主席鄭偉雄於分享會上致辭時表示，本港零售業約有7成為中小企，對行業的貢獻舉足輕重。「透過這項計劃，我們希望能提升中小企零售商的競爭力，幫助他們定立標準

化、可持續及獨特的體驗服務流程。儘管過去20個月，本港的零售業銷貨價值持續下跌，但我相信只要把握好接觸顧客的機會，做好服務，在逆境中仍能創造機會。」

化、可持續及獨特的體驗服務流程。儘管過去20個月，本港的零售業銷貨價值持續下跌，但我相信只要把握好接觸顧客的機會，做好服務，在逆境中仍能創造機會。」

邀請嘉賓分享銷售心得

是次分享會邀得Mi Ming Mart創辦人及董事袁彌明，講解如何透過O2O（線上到線下）策略，為顧客創造獨特的服務體驗。此外，她又分享員工培訓的重要性，並強調「員工優先」。「員工開心才能為顧客提供優質服務，業務方可增長。」

加域顧問有限公司合夥人兼是次計劃的導師及顧問馬永基，於會上利用神秘顧客評估的數據，分析及講解當中的評審標準，如何實際幫助

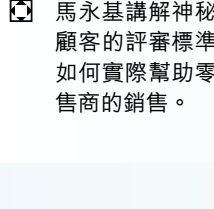


袁彌明表示，員工開心才能為顧客提供優質服務。



零售商的銷售。他舉例指出，若前線人員能清楚解釋商品或服務為顧客所帶來的好處，並適當地作出推介，有助提高結單率

和交叉銷售。最後，協會邀請了在計劃中獲嘉許的零售商上台分享他們的洞見。當中提及中小企零售商應填補市場空隙，加強服務的獨特性。



馬永基講解神秘顧客的評審標準如何實際幫助零售商的銷售。



協會邀請了在計劃中獲嘉許的零售商上台分享他們的服務洞見。

今期計劃共有約400間中小企參與，其中8間公司在神秘顧客評估中有理想表現而獲嘉許。

獲嘉許中小企分享

總得分最高第一名

俊華旅行社有限公司
CHUN HWA TRAVEL AGENCY LTD.

優質服務應對網絡挑戰

俊華旅行社有限公司繼兩年前參加「零售中小企 優質服務獎」計劃後，今年再度參加這個計劃，並獲得嘉許。該公司副總經理蔡桂泉表示，透過計劃的神秘顧客評估，他們可詳細了解公司服務流程中各項細節的表現，從而作出檢討。「我們會供同事閱覽有關評估報告，讓他們可從客戶的角度了解自己的服務水平。」

計劃另設講座、工作坊及顧問服務，蔡桂泉指這同樣令公司獲益。他舉例，透過顧問了解到市場的服務水平及大企業的服務基準，公司便能以此作目標，從而提升服務水平。此外，培訓過程提及的「真實時刻」，也讓他們學會在處理顧客投訴的過程中，如何讓顧客得到滿意服務。

隨着網上資訊愈來愈發達，旅遊產品價格的透明度相應提高，而網上訂購旅遊套票又大行其道，蔡桂泉直言，這對中小型旅行社來說是一大挑戰。因此，他們不可再單靠提供旅遊產品資訊留住顧客，更要憑優質服務贏取顧客歡心，藉此吸引顧客即時訂購產品。蔡桂泉說：「是次獲嘉許加強了同事的信心，令我們相信只要裝備好自己、保持卓越服務，自能提升競爭力，屹立于市場。」

總得分最高第二名

萬福珠寶
MANFOOK JEWELLERY

製服務流程提示卡

隨着港人生活質素不斷提升，購物服務的要求也相應提高，加上資訊日益發達，優質服務往往與銷售有所關連。萬福珠寶有限公司（下稱萬福珠寶）深明此道，故今年再接再厲參加這個計劃，冀能獲得培訓機會，亦可持續提升服務水平。該公司行政總裁謝勇生表示，中小企缺乏資源，這計劃能提供免費顧問服務，對他們有莫大幫助。

萬福珠寶一直有向員工灌輸他們的服務理念，務求為顧客創造最大價值。儘管公司制定了服務流程指引，亦經常作出提點，惟前線員工未必能持續有效執行。謝勇生續指，部分資深員工不容易改變固有觀念，亦成為公司推動優質服務的挑戰。

「透過參與是次計劃，聽取專家的意見及具體建議，令我們獲益良多。我們將服務流程製作成提示卡，時刻提醒，又鼓勵員工在實際銷售過程中應用，使之變成習慣，繼而培養他們由心而發的服務態度。」謝勇生坦言，新入職員工執行服務流程獲得理想銷售成績，能感染資深員工，驅使他們積極地提供更優質的服務。

總得分最高第三名

Forever Couple Limited

貼心跟進婚戒訂製過程

婚戒的象徵意義重大，除了講求美觀、舒適外，選購過程也是每對新人獨有的回憶。Forever Couple Limited希望透過優質的顧客服務，讓他們擁有舒服、耐用，而且別具意義的婚戒。

有別於其他珠寶店，該公司的戒指以度身訂造為賣點，製造期長達2至6個月，過程中更為新人量度手指尺寸3至5次。該公司資深市場部專員李啟彰表示，每對新人對戒指的要求有異，闊度、厚度，甚至鑽石的鑲法各有不同。「訂製戒指的程序甚為複雜，加上製造期較長而且牽涉不同部門的同事，對跟進工作構成一定難度。」

透過參與計劃，公司明白到要改善前線員工和店舖的形象，必須從顧客的觀感着手，並為顧客在整個訂製過程中提供貼心的跟進，令顧客留下良好印象。故公司革新了電腦系統，方便各單位的員工透過系統知悉戒指的最新製作情況，加強溝通以確保符合顧客要求，並準時製成。

對於獲得嘉許而且成為總得分最高第三名，李啟彰坦言喜出望外。在未有通知門市同事有神秘顧客的情況下，他們維持日常服務水平仍能獲得嘉許，可謂別具意義。

專門店 組別

Regina Miracle

親身體驗創造真實時刻

Regina Miracle總經理王笙琴強調，內衣產品的零售服務並不但講求銷售技巧，尤其是該品牌的內衣產品運用了不同的嶄新技術和物料製成，前線人員必須具備專業知識講解產品功能，才可向顧客提供專業意見，讓他們感受品牌內衣的舒適度。然而，過於積極的銷售服務會令消費者反感。品牌零售營運經理陳家慧表示，透過「善用資源 追求卓越服務」計劃，公司學會使用最新的服務工具，並為顧客創造「真實時刻」，例如讓顧客先以手背感受內衣質料的舒適度，再鼓勵顧客試身，從而減少他們購物時的壓力。是次獲嘉許，引證了品牌的策略成功。

時裝飾物 組別

House of Avenues

藉評估清單審視服務

儘管香港經濟情況未明，零售市道欠佳，House of Avenues創辦人鄭穎凌卻認為，中小企可憑藉優質服務突圍，以滿足消費者對服務質素日益提高的要求，尤其鞋履必須試穿才能感受到產品質素，為他們創造有利空間。在是次「善用資源 追求卓越服務」計劃中，他們善用神秘顧客的評估清單，鼓勵員工親身當神秘顧客，評估其他零售商的服務，藉親身體驗反思自己的服務水平。「員工們對是次獲嘉許感到相當興奮，相信日後會更投入服務。我們亦會繼續參加協會的神秘顧客計劃，冀能持續改進服務質素。」

電子及電器 / 傢俱及居家用品 組別

飛天智能生活

關懷顧客予個性化服務

飛天智能生活負責人Billy認為，電子及電器產品有別於其他零售行業，店員應主動推介產品予顧客，並需提供個性化的服務，才能持續吸引顧客。故公司不時提醒員工要將心比己，從顧客的角度出發。「每當顧客踏進我們的店舖時，前線人員都要主動向客人打招呼，以示對他們的重視，讓顧客感受到我們的活力。」

此外，該公司員工又會主動了解顧客的問題和需求，在顧客有需要時即提供準確有效的服務。Billy表示，是次獲嘉許是飛天智能生活在業內達到卓越服務標準的最佳證明，並且對前線員工是一種莫大鼓勵。

化妝美容品 / 健康 / 個人護理 組別

JoShin

Joshin潮流專門店

化文字為互動培訓

「中小企業資源有限，較少資金用於宣傳之上；故需依靠顧客口耳相傳，以提高知名度和營業額，而關鍵便是傑出的顧客服務。」該公司董事徐露妍坦言，零售業員工的流動性較大，中小企若要經常培訓新入職同事，會構成一定壓力。「以往的培訓多透過文字描述理論，參與計劃後，我們明白到這方法未必適合前線員工，故改以互動形式培訓，結果同事對優質服務的理解有更深體會，大大提升服務質素。」她形容，獲得嘉許令前線員工的顧客服務水平得到肯定，亦印證努力沒有白費。

餐廳 / 快餐店 / 食品店 組別

Olive Cafe

清晰指引重服務細節

Olive Cafe經理Winnie認為，若餐廳的環境不舒適、員工服務態度不周，即使食物有多美味，食客也未必願意再光臨。因此，她相當重視員工的服務態度，積極給予培訓，冀力臻完善。有見員工在服務流程細節上有所不足，遂安排員工參與由香港零售管理協會舉辦的工作坊。

Winnie表示，經培訓後，Olive Cafe由顧客進入餐廳到廚房出餐整個服務流程、與顧客的眼神接觸、笑容及儀態等服務細節，均有清晰指引，令員工的服務態度有所改善，而樓面與廚房亦能彼此配合多加溝通，建立團隊精神，令服務質素顯著提升，成功帶動營業額。