焦點視角 | **07.2022**

屈臣氏店舖設計與顧客緊密聯繫

不論是最小巧的消費品，或是手工精細的大型傢具，設計是建立偉大品牌的重要一環。例如 Apple Store 就是以店舖設計配合產品見著。然而，設計全球獨一無二的零售環境、銷售過百種特色產品，同時與顧客建立與別不同的聯繫，也許是更大的挑戰。屈臣氏旗下商店積極迎接這項挑戰，由伊斯坦堡以至北京的店舖，都是著眼於顧客的需要。

對屈臣氏而言，設計是不斷演進的過程，旗下在亞洲各地店舖的外觀、感覺和佈局都依循歷代店舖的設計指引，而目前新店與經翻新店舖正展示第九代設計。2005 年前後屈臣氏店舖以繽紛色彩為主調，及至 2009 與 2012 年，則按照第五代與第六代的指引，改裝成光潔明亮，帶有診所感覺的設計。現在第九代店舖則運用柔和燈光、木製板與綠色裝飾，營造出隨意自在的溫暖感。屈臣氏國際商務發展總監林素芬說：「顧客進入商店時，我們除了為他們提供輕鬆舒適的環境，也回應了他們對購物體驗的需求。」為配合這一點，設計師把貨架換成「體驗空間」，讓顧客表達與屈臣氏共享的價值理念。

> **“屈臣氏旗下商店積極迎接這項挑戰...店舖都是著眼於顧客的需要。”**

從心所欲

為滿足顧客所想，設計師替店舖大變身，增添可持續發展元素和店內體驗空間，以反映顧客的價值理念。

其中一個普遍的價值理念是對環境的關注。泰國、土耳其、台灣與馬來西亞各地的市場調查顯示，顧客期望所購買的產品可反映他們的環保心，而滿足他們的期望正是屈臣氏集團設計「全球綠色店舖框架」的初衷，以加速零售行業的可持續發展步伐；當中鼓勵重用容器的屈臣氏自家品牌補充站越來越受歡迎，而顧客也可在「可持續產品專區」選購可持續產品。店內也有預留空間，與多個知名品牌合作，例如與寶潔和歐萊雅合作推行回收計劃，讓亞洲各地的顧客可以與屈臣氏一起，活出「Go Green」綠色生活態度。

這些價值理念亦藉著店舖設計與實際措施展現出來，而顧客通常亦會留意品牌如何與他們的環保目標保持一致。屈臣氏的有力措施包括使用預製材料，以及採用可更改用途重用的組件式靈活傢俬，以免店舖裝修時要把傢俬送到堆填區。在一些特定店舖，眼睛銳利的顧客會發現一些可循環再造的物料，例如綴以竹和甘蔗的 LED 節能燈，是名副其實的綠色產物。

以人為本：重視關係多於交易

互聯網世代的矛盾，在於人們一方面要求更人性化的接觸，另方面又希望減少與人接觸。這種矛盾的出現，可能源自人際關係性質有變。

> “人們一方面要求更人性化的接觸，另方面又希望減少與人接觸。這種矛盾的出現，可能源自人際關係性質有變。”

<<微笑服務>>是 P.G. Wodehouse 於 1961 年出版的幽默小說，自此這本小說的標題就成爲很多公司的格言。在 21 世紀，笑臉迎人是最基本的店內服務，但與理想仍有一段距離。顧客花時間精力到商店購物，會期待得到超越網上購物的體驗，而屈臣氏便能迎合顧客的要求。

舉例說，屈臣氏店內撥出空間用作護膚工作坊，並由訓練有素的美容顧問為客人提供個人彩妝意見。健康是客人來屈臣氏的另一個關鍵原因，駐店藥劑師亦樂意向顧客提供切合個人需要的保健資訊，助他們保持容光煥發和健康。屈臣氏貫徹其線下及線上平台策略，確保顧客無論在線下或線上都享有合乎期望的服務。

在指定地區的屈臣氏，員工更變成網絡紅人 (KOL)，招聚一群網絡追隨者，KOL 不時串流直播介紹新產品，指導顧客使用。有興趣的顧客可親自到店舖提問，或與他們喜愛的 KOL 一起在佈景板前自拍，再在 Snapchat、Instagram 或 TikTok 上載分享。

不同的人有不同的購物喜好。一些顧客會寧願安坐家中使用屈臣氏的虛擬試妝工具 #ColourMe 試用產品，或透過 Foundation Finder 尋找合適的粉底，然後完成線上購物，更可選用「網購店取 CLICK & COLLECT」服務，簡單快捷。有顧客則在店內使用 Endless Aisle 電子貨架購物，然後選擇到店自取或送貨到府上！新設的「O+O」牆會展示手機應用程式和網頁推介的熱賣商品，消費者在線上看見有趣的商品，可直接到店舖購買。

在屈臣氏，信任是雙向的。屈臣氏中國商店推出 WatsonsGO 自助付款服務大受歡迎，顧客只需使用屈臣氏手機應用程式掃瞄所選購的貨品條碼，然後在手機應用程式中直接付款，毋須經付款櫃位處理，現已推廣至香港和新加坡。科技助屈臣氏提供更高效率的無縫付款體驗，同時員工又可專注服務顧客。總而言之，店內服務並非僅僅完成銷售交易，而是較著重建立更穩固的顧客關係。

> “店舖設計要細心迎合現今的顧客要求，提供綜合體驗、多種付款選擇和貼心的顧問服務。”

店舖設計要細心迎合現今的顧客要求，提供綜合體驗、多種付款選擇和貼心的顧問服務。線下結合線上銷售體驗提升後，顧客會發覺屈臣氏不單止是他們購物的商店，更成為他們生活的一部分，能夠反映他們的價值理念，了解他們的心意。