



焦點視角 | 01.2024

## 百佳以客為先 全心全意提升購物體驗

香港的糧油雜貨市場競爭激烈，百佳等連鎖超級市場亦須與傳統街市、雜貨店及小型連鎖店競爭。百佳並沒有以「有我無你」策略降低價格，而是用其他方式為顧客提供更大的價值，加強顧客忠誠度，其中包括推出獨家品牌產品及積分獎賞，吸引忠實顧客繼續到訪百佳購物。

為顧客提供價值的其中一個方法是為他們供應與眾不同，甚至是全球獨一無二的限定貨品。

百佳超級市場透過開發獨家產品系列來實現這一目標，多年來一直與國際供應商達成向香港市場供貨的獨家協議，就以英國著名零售品牌Waitrose的產品系列作例子，香港只有百佳獨家售賣這個品牌產品。

然而，百佳亦投資研發自家品牌，透過研究及反覆測試，致力為顧客帶來嶄新體驗。無疑自家產品利潤一般較其他採購產品稍高，惟真正的重點在於為市場供應別出心裁的產品。生產獨家產品的方式包括：

- 創造不同類別的自家品牌，迎合不同顧客群的需求
- 與本地知名品牌合作，創作新穎的聯乘產品在店內銷售
- 限時獨家供應全新自家產品

“推出獨家品牌產品及積分獎賞，吸引忠實顧客繼續到訪百佳購物。”



## 自家品牌系列迎合顧客需求

一如世界各地的其他商店，百佳也開發了不同類別的品牌以迎合顧客的需求和預算。喜歡選用優質食品的顧客，可在店內選購「佳之選」及「金御膳」產品，由佳之選堅果、燕麥片及意大利粉以至金御膳米產品和芥花籽油等，種類繁多。

如顧客追求價廉物美的產品，可留意「超值牌」產品。此外，百佳以「蔬菜先生」及「Farm Fresh」品牌向顧客出售與個別農場直接合作開發的產品。

## 與本地品牌創聯乘產品

百佳共有40多個合作品牌，為顧客提供逾270款獨家聯乘產品，鴻福堂的涼茶和包點先生的冷凍點心均是熱門產品。

百佳與海味乾貨品牌安記合作，創造獨家的品牌聯乘產品，在安記門市是沒有發售的。這些獨家聯乘產品讓顧客知道，百佳正努力為顧客創造一些獨一無二的貨品。

安記所出產的臘腸、花膠、鮑魚、即食中式湯包及涼茶等雖然不為香港以外顧客熟知，但安記不僅講求品質和價值，同時傳承香港傳統及文化，深受顧客歡迎。

“ 百佳共有40多個合作品牌，為顧客提供逾270款獨家聯乘產品。 ”





百佳亦發揮創意推出獨家聯乘零食系列，例如與卡樂B合作推出的海苔醬油味薯片等，吸引顧客留意新推出的零食口味。由於開發產品的時間可以短至一個月，因此百佳可以抓緊本地的流行趨勢，吸引顧客不時惠顧。

“最好的會員計劃應該明確列明顧客如何賺取和使用積分。”

### 「智賞捐」贈易賞錢積分

眾所周知，香港是一個節奏急速的商業城市。然而，香港人也非常樂善好施。因此，百佳在超市設置「智賞捐」智能食物捐贈機，為香港人提供捐贈食物的途徑。現在會員計劃在世界各地都十分普遍，最好的會員計劃應該明確列明顧客如何賺取和使用積分。百佳制訂一個方法，讓顧客每次捐贈食物時，都可以在「易賞錢」計劃中獲得積分獎勵。百佳在全港50多家超市擺放了智能食物捐贈機，顧客每捐贈一公斤乾貨食物，便獲得50分「易賞錢」積分。

百佳亦與本地慈善機構「惜食堂」合作，該機構設有完善的工序把捐贈食物用於為有需要人士準備膳食，或分發給弱勢家庭。

百佳讓香港市民做善事的同時獲得一點獎勵，鼓勵他們再次回購。

保持競爭力要有智慧，面對激烈的競爭，百佳團隊更傾向發揮創意，吸引顧客再次惠顧。

