

贏在經驗

司徒永富

一家網上賣鞋的公司，其經營口號是：「We deliver Wow thru Service！」大意是我們給顧客帶來的是驚喜；我的演繹則是：「我們賣的不單是產品，而是窩心的經驗！」若從這思維出發，我們便能理解為甚麼 Starbucks 的咖啡和酒店的 High Tea 那麼貴，因為他們賣的超越了產品，而是整個顧客的經驗。宜家家居便是其中的表表者。

宜家家居是一家大型的商場，顧客動輒都要逛兩個小時，宜家家居深知如果不能「服侍」好小朋友，便很難從他們父母賺到錢。因此，宜家家居在商場內的不同位置都特別設有一些遊戲讓小孩們玩耍，以維持小朋友對商場的興趣。更重要的是，當小朋友享受著這些遊戲時，大人們也可以靜靜地挑選著心儀的貨品。

走到了商場的中間，我們總會找到一家餐廳，為客人準備著豐富的瑞典美食。對於我們來說，當然為香港可以品嚐瑞典美食而感到興奮。更重要的是，可以借此填飽肚子，繼續之後的採購旅程。

在商場裡，我們看到最多的字眼就是「為甚麼」。例如「為甚麼我們不提供送貨服務？」然後，它就會接著解釋說：「送貨服務會增加額外的成本，因此我們鼓勵客人自己組裝產品。但是如果你們需要我們安排送貨時，我們也是十分樂意為你服務的。」當顧客看完後，感覺被受尊重，因為選擇權在自己手上。

當你正要離開之際，你會發現前方總會有一個小食亭，你可以用便宜的價錢買爆谷、雪糕等小食，也為今日的旅程劃上一個完滿的句號。如果你仔細一看，大部分在出口小食亭售賣的東西都是有甜味小食。吃過以後，你會帶著愉快滿足的心情離開，下次又不由自主地再光臨。原來這一切，都在經營者計算之中。