

透過服裝的力量 讓更多人感到幸福！

文／李麗滿 圖／王德為

UNIQLO 堅持「服裝的力量」，透過服裝的力量讓大家更幸福！UNIQLO 在臺服務力屢受肯定，更連續多年奪得工商時報服務業大評鑑金牌，UNIQLO 海外行銷暨宣傳戰略部長黃佳瑩指出，UNIQLO 一直以來講究人跟人之間的連結，即使迎來數位時代，延續 68 家實體店貼心服務，要讓電商更方便，甚至活用網路商店最大化。

活用網路商店 提供便利服務

黃佳瑩說，網路商店一開始就是秉持線上訂、線下取，今年更擴大到可以直接超商退換貨，客人在線上下單後，可以選擇到店鋪免費取貨、試穿、甚至換貨，加值效用就是多了機會到實體走走逛逛，此外也活用網路商店最大化，包括在網路商店就有獨賣商品，像是 XL、XS、或者接下來秋天更考慮推出 2XL 等特殊尺寸，還有一些特殊長度，像是有人裙裝喜歡長度及地等，皆可以在網路商店找到需求。

線上搭配線下就是「全臺店鋪都是旗艦店的概念」，今年二月起

更增加 LINE 線上「U 管家」服務，設定顧客身高、體重與場合，進一步尋找「你適合的褲子」，還有針對部分女性

顧客試穿會害羞的心理，客人可通過 LINE 上網取得褲卡再到實體店試穿；與此同時，整合 LINE、APP 進一步收集消費者心聲，像是有顧客就會回應某些款式沒有某些顏色，「顧問 APP」就會進一步彙整心聲，進行顧問或建議商品選購，甚至做為未來版型修改的參考，而實體則推出商品評論，可以透過商品打分數，而這些商品情報也成為內部教育訓練的一環，作為持續改善服務的依據。

黃佳瑩強調，在實體服務方面 UNIQLO 則是不斷透過體驗與在地社群、消費者互動，比方說「職能體驗」、「支持弱勢」等，像是土城店開幕前舉行一日店長職能體驗活動，首度開放在地親子報名參加，從過去僅針對弱勢族群到在地一



UNIQLO 海外行銷暨宣傳戰略部長黃佳瑩表示 UNIQLO 講究人跟人之間的連結。



LifeWear

負責人 / 台灣優衣庫董事長兼總經理
黑瀨友和

營業項目 / 服飾品 / 布類等零售業
員工人數 / 2,466人

營業家數 / 68家

成功心法 / 改變服裝、改變常識、
改變世界
透過服裝的力量，讓世界
朝更美好的方向發展



UNIQLO 服務人員對進門顧客微笑回應，提供購物籃並指引位置。



童裝在臺灣銷售表現傑出，因 UNIQLO 著重貼心細致的服務精神，體現在店內設置的遊戲區積木桌。

般鄰里，土城店的方式是先在线上招募，開店前就與在地人建立情感連結；另一個例子是針對親子客群的「寶貝第一次穿搭 My First Outfit (簡稱 MFO)」服務，由店鋪員工對這些小客人進行一對一的尊榮服務，採每月預約制，一次讓 3 ~ 4 位小朋友進行體驗，儼然是一場專屬給小朋友的服裝小學堂。

簡單的轉念 不簡單的內涵

而客服中心則從過去外包，今年三月轉為「內置化」，選出超級店員回歸客服中心，對 UNIQLO 而言內置化是種投資，一般以為快時尚業界不太重視顧客聲音，但從客服內置化可以看出 UNIQLO 真的很重視客人的心聲，客服中心還要每周一開營業會議，包括客服、回饋等，每周一級二級主管都要參與聆聽，顧問 APP 彙整，還有網路商店評論也進一步彙整後，才知道顧客要什麼。她強調，以前都是依數據「我想要賣什麼」，但現在文化是

「消費者要什麼」。

去年 UNIQLO 創辦人柳井正也以此轉念號召所有 UNIQLO 人一起反轉，UNIQLO 將自身定位為「情報中心」，而最有價值的情報就是來自顧客心聲，像 UNIQLO 今年也首度做臺灣人衣櫃調查，意外發現臺灣人最愛買 T 恤跟褲子，這種服務與營運轉念說起來簡單，但做起來其實不簡單，也讓我們意識到真正好的東西就是簡單，但因豐富的內涵可以變出不簡單！

此外，UNIQLO 一直關注在地永續發展與實踐，長期以「服裝回收再捐贈」行動關懷在地弱勢，像是今年母親節，有感於弱勢家庭的母親們常以孩子吃飽穿暖為優先考量而犧牲自己的需求，UNIQLO 特別於「勵馨基金會—高雄所」舉辦第 30 場服裝回收捐贈活動——勵馨寵愛日，特以嚴夏抗曬機能商品「AIRism 抗 UV 網眼連帽外套」、搭配上千件愛心衣物，同時提供辛苦媽媽們夏日穿搭術，與 70 多名高雄勵馨的媽媽及孩子們溫馨共度母親節。

黃佳瑩說，UNIQLO 即使做二手衣捐贈重點還是環繞在服務，把二手衣布置成類賣場，提供實用的服裝挑選與搭配技巧，讓需要的人慢慢挑，勵馨基金會社工直言，UNIQLO 志工專業引導及穿搭提案，與合作夥伴嘉里大榮志工擔任一日保母，讓在場媽咪們得以稍微喘息挑選所需衣物，好好寵愛自己；目前二手衣捐贈行動從 2010 年累計至今已深入全臺 18 縣市（含外島澎湖），完成了 30 場捐衣活動，將超過十萬件服裝送到需要的人手中。

神秘客點評

1. 服務人員對進門顧客親切高喊歡迎詞，對產品資訊詢問面帶微笑回應，能針對需求進行推薦並指引樓層位置。
2. 協助試穿時能提出中肯穿搭建議，對於不確定商品資訊，先內部電話確認後仔細講解，並於服務結束時禮貌致謝，過程中保持目視態度專注。
3. 顧客離開更衣室立刻有擦拭地板。
4. 人員配戴名牌正反面均有姓名資訊供辨識。