

## 徐重仁授經驗 創新服務 多角化經營

酷學習

文／楊蕙綾整理

由本校商學院主辦的「7-11的創新經營策略」於4日舉行，邀請到統一超商總經理徐重仁，分享7-11創新經營的策略，本刊摘錄其精華以饗讀者。

自1980年全台第一家7-ELEVEN開幕以來，所挑戰的是人們的消費習慣。從過去的雜貨店單一消費方式，到現在多角化的客戶服務，不斷地創造店家用途，增加新商品或新服務，就是讓7-ELEVEN持續成長的關鍵因素。7-ELEVEN創新服務的策略方式大致如下：

### （一）改變消費習慣，提供多樣化服務

不同於一般雜貨店單一買賣的銷售方式，7-ELEVEN憑著商品管理的概念，將小小的空間發揮出最大的效用，把便利超商變成一個可以提供多樣化服務的地方，不但改變台灣零售業的歷史，也改變了民眾的消費習慣。整合性服務方面，結合物流及商務概念，提供代收業務、預購商品、影印傳真等功能，便利民眾的生活；此外，隨著生活型態的改變，7-ELEVEN提供良好的客戶服務品質以突顯差異化，如：鮮食商品、ATM、City Cafe、WiFLY、ibon 經營等各項生活機能，並結合實體與虛擬的銷售通路，建構出消費者生活中心。

### （二）重視品質，提供顧客至上的服務

7-ELEVEN運用科技增加服務品質及效率，從商品設計、開發、生產、配送到銷售，由專業經營團隊緊密結合與嚴格控管，如：冷藏商品在5°C之下保鮮配送、鮮食商品於18°C保鮮配送、整齊明亮的環境、親切友好的服務，以及確保商品的食用時效管理等品質服務工作，讓消費者感到安心，滿足顧客需求並提高滿意度。

### （三）行銷推廣，強化顧客交流

7-ELEVEN的創新，除了來自於商品和服務的多樣化之外，利用POS系統，每日分析消費者購買資訊，以精確地觀察與剖析，進行商品調整，並掌握消費者購買習慣。此外，7-ELEVEN創造舒適的購物環境，並因應各種消費族群，提供不同的商品促銷方式，如：系列集點的促銷兌換活動，是針對時尚型族群；季節性的商品是針對傳統族群；明星代言商品針對粉絲族群等，讓消費者感受到7-ELEVEN的活力之外，並時時掌握消費者的生活型態，提供創新的推廣活動。在整體行銷上，以創造幸福為主軸，提供故事行銷的方式，增加消費者的認同感，並融入消費者情境，貼近消費者的生活需求。

#### （四）良好的員工管理

對門市人員有系統的訓練和人才培育計畫，並注重員工的熱忱和品德，讓資深員工指導新進員工，以溝通代替指責，讓職場環境氛圍能更和樂，員工樂於工作，自然就會提升服務品質。

2011/05/23