

專訪EQ:IQ CCO



香港商場林立，隨便走入一間商場，都會見到熱口熟面的連鎖店，全因間間商場都似倒模，內裡店舖大同小異。有見及此，不少商場為了吸引顧客，開始引進概念店。時裝品牌EQ:IQ就是其中一間。GRI Group首席創意總監Fred Allard笑指，我們發現亞洲顧客想有不一樣的體驗，不想在不同的商場都看到相同的店舖，旗下的EQ:IQ以概念店形式出現，不只是賣衫，還賣家品，而且不同地區的概念店有不同的風格，首先自己不會倒模自己。 ■香港文匯報記者：蔡明暉 攝影：張偉民

不倒模 概念店吸客

時裝品牌開家品線 延伸顧客體驗



■Fred Allard與他的得意設計。

「一間店舖的產品，是品牌能否變得與眾不同的具體體現，所以我們的EQ:IQ繼承了其時裝品牌的創意意念，推出了生活產品，讓消費者對品牌有另一番的感受。大家入到去，店裡的所有陳設都賣得，帶給客人不一樣的體驗。」這是EQ:IQ概念店的意念，Fred Allard日前在港接受本報記者訪問時如是說。

不同產品貫徹同一理念

GRI Group旗下有12個品牌，EQ:IQ是其中一個，而最多人認識的可能是Nine West。作為背後的創意大腦，Fred Allard指，不是每個品牌都適合賣家品。「有一些店舖可以加入科技元素，有一些就可以融合Lifestyle。背後你需要有一套品牌的哲學，說起來可以很複雜，簡而言之你需要確保每一件你新加入的元素都是正確的，不然就會毀於一旦，並對品牌造成傷害。」

Fred進一步解釋，以EQ:IQ為例，你首先要了解誰是你，要針對的客戶群，然後配合品牌的理念，延伸至家品的創作。「我們有一些產品可能是比較瘋狂，

不過每一件其實都有個故事，而且是和品牌有關連的，同時不可以每個項目都有，否則整個概念店就會似超市(Supermarket)，你需要有一個好清楚的概念。」除此之外Fred亦提到，在有一個清楚的概念之後，要走下去就要堅持你的想法，而且切忌問太多人的意見，要多點相信自己。

陳設家品喜歡的都可買

Fred說這家加入了生活時尚元素的概念店名為Home of EQ:IQ，顧名思義有家品賣，不過其實品牌仍舊是賣衫。「我不希望嚇壞我的客人，在這間概念店的所有陳設都可以賣，亦都是我設計給這個品牌的。我們不貪心，只是希望會買EQ:IQ的人，可能亦會帶一些他們喜歡的家品回家。」

事實證明Fred的想法十分成功，他指在澳門只是5天的時間，銷售就有40%的增長。「其實當你有一個更清晰的品牌形象，也就可以令人更好地了解你的品牌。」依Fred所見，他覺得反應很好，有小朋友會把這裡變成遊樂場，更吸引了一班年輕的客戶。

用心看世界 不一樣的浪漫

作為一個設計者，靈感可能比一切都重要。掌管多個品牌的Fred Allard指，Home of EQ:IQ的家品很多都透着中國風與西方美學混合而成的現代風格。其中有不少設計就是他親身到杭州採集靈感。在Home of EQ:IQ當中，他設計的燈、餐桌和坐墊都是他的個人喜好。不過當中最有印象的設計就是這隻非常瓦片的碟，Fred為它取名為「dinner on rooftop」，他更笑說，「這個不是很浪漫嗎？」

設計背後的故事和內涵

「dinner on rooftop」是Fred設計的餐具之一，他指開始時沒有想過需要一隻碟，直到有了張餐枱之後，就想到，也許需要一隻碟。「我一開始到不少地方希望找到一些特別的設計。找了很久，後來見到屋頂上的瓦片，覺得好漂亮，於是就請人拿下來給我，後來發現這個也很適合做碟哩。」

Fred笑指開始時請別人把瓦片送給他，想當然被拒絕了，所以最後還是用24元人民幣買了下來。

「買回來之後，沖洗乾淨我就放在枱上開始玩。砌砌砌，就變成了「dinner on rooftop」的藍本了。」後來他為了證實這隻碟的實用性，更去了家樂福買食物回去試，發現這個設計典雅得來亦十分特別，於是決定生產出來，並取了這個浪漫的名字。

「我知道我的客戶不只是需要一件用機械去整就足夠的設計，設計背後，最重要是有故事和內涵，不是有很多人也想在rooftop(屋頂)上吃飯嗎？哈哈。」另

外，Fred亦介紹，顧客在店內可隨時透過iPad參看產品目錄，進一步了解設計師資料及每件產品背後的制作故事。

靈感和意念用雙腳採集

既然每件設計都要用心去聽，所以靈感相當重要，Fred都一樣不例外。「我自己喜歡走路去搜集靈感。」他指自己很少坐車，反而喜歡用雙腳走路，「因為這個是訓練你打開雙眼看世界的最好方法。你可以看真每一條街道、路上的行人，留意他們，找尋創作靈感。」

走訪了不少地方，Fred指自己最愛還是巴黎，因為每一次去都會有令你不禁叫出「WOW!」的事物。



■眼見的家品，陳設都賣。

■「dinner on rooftop」——浪漫的碟。

貴租加連鎖 扼殺顧客選擇

眼見亞洲零售發展之快，不同的商場紛紛落成，Fred認為，因為愈來愈多連鎖店出現，使得消費者想轉而尋找與眾不同的產品，而這點正是令他想進一步設計概念店的原因之一。然而Fred提到，貴租也是一個間接令到商舖產品變得單一化的原因。「香港的租金是一個大問題，以海港城為例，由於太貴租，所以為了可以提高銷售，於是商舖就只好擺放一些好賣賺錢的同類型重點貨物，商場也只能引進一些付得起高租金的商戶，商場是開多了，漂亮了，但顧客的選擇反而少了。」Fred對香港零售業可謂看得透徹。

裝潢家品每季換保持新鮮感

正因為不想倒模，Fred說，香港、澳門和杭州都有Home of EQ:IQ的店，3間店的裝潢都不一樣，就好像你入了不同的房間一般，而且裡面的生活家品亦會因應環境，而有異曲同工的設計。「比如香港的Duwel

Pouf坐墊是圓形的，在澳門就是長方形的，而且亦因應了店內的裝潢而放置的。另外裝潢和家品更會好似時裝一樣按季更換，今次香港店以飯廳作為主題，下次又可以讓大家都有一不一樣的體驗。」然而由於所需的空間，每間概念店的裝潢和設計都需要度身訂造，所以，Fred指概念店只會在重點地區設立，香港是第一間，澳門、杭州和上海分別開張。

日本文化獨特外來品牌難攻

除了中國內地之外，Fred說，未來想開拓台灣市場，他認為台灣有不錯的發展前景。「台灣、韓國和泰國對於概念店同樣有需求。作為時裝品牌，我個人認為，日本就較難打入」，他解釋，因為日本有自己的一種衣著風格，因為日本人25至50歲都會有自己穿著的風格，都會穿得好「Kawaii」，否則就會穿套裝或是古典裝扮，所以只有少數一撮人會買，亦只會買一些比較保守風格的產品。

有朝聖感 就是成功

譚桂常 香港城市大學市場營銷學系高級特聘講師



譚桂常

「概念店」似乎是近年的新興玩意，不過，香港城市大學市場營銷學系高級特聘講師譚桂常(Alex)指出，本港其實在好早期已經有「概念店」這個概念，只是不同時代有不同的玩法而已。「90年代的熱帶雨林餐廳就是其中一個概念店的例子。」他指，概念店通常都會為顧客帶來一些鮮明的主題。

「愛達」模式 愛上就消費

Alex稱，整個概念店的運作，是以「AIDA」的模式運作，即所謂「愛達」公式。AIDA是四個英文單詞的首字母。分別Attention; Interest; Desire和Action。「概念店首先需要有特色，才可引人注意，即是Attention啦，之後就要引起人的Interest(興趣)和認同，然後整個設計使他們鍾情，並刺激顧客購買慾望(Desire)，到最後就可以Action(行動)消費了。」Alex指出，做銷售最重要的是客流，而這個也是第一個要達成的目的，也是概念店的其中一個好處，當然相對上由於概念店的裝修和空間成本都比較高，所以經營成本比較貴。

新元素不斷 吸引顧客

一間概念店就算做到吸引客流，還不算成功，Alex指之後更為重要的關鍵，是可否讓這店的概念延伸下去。「要做得成功，首先就要讓人有朝聖的感覺，個個月或者年年都要去一去，甚至讓你願意主動帶朋友去。想要做到這一點，首先是要經常有新產品推出，其次是定期有展覽講座，又或者店舖有名人或明星出沒等，以上都是其中一些成功的元素。否則當一家概念店無法延伸下去的時候，隨著熱潮和時間的過去，它就會打回原形，變回一間普通的店舖。」Alex指，概念店要讓顧客有投入感，對提高他們的忠誠度相當重要。

良好機制 建客戶關係

事實上概念店的目的，其實都是為了留住一班客人去不斷消費。所以Alex補充，在不斷吸引客戶的同時，亦需要有一個良好的客戶關係管理機制(CRM)。「一個好的CRM可以讓客戶比資料你的公司，你就可以記錄到他們的消費習慣了。另外現在科技進步，你亦需要系統地留住你的主流客戶群，例如WhatsApp和電郵等，亦必不可少。」

Sell Buy

自由買賣 無須授權

www.MW801.com

英皇金融證券集團
Emperor Financial Capital Group

提供金銀·外匯·股票·期貨交易

縱橫匯海財經網站
www.MW801.com

(英皇金融證券集團全股匯期財經網站)

歡迎業內業外人士直接聯繫合作條件

手機 WhatsApp/WeChat: +852 9262 1888

Email: GOLD@MW801.com

QQ/微訊 ID: 268021801

24小時 無須授權

手機 / 網上買賣

0佣金

電話: 2474 2229, 9262 1888, (86) 135 6070 1133

英皇尊貴理財中心
EMPEROR VIP CENTRE

香港灣仔軒尼詩道288號英皇集團中心8樓801室

Rm. 801, 8/F., Emperor Group Centre, 288 Hennessy Road, Wan Chai, Hong Kong

風險聲明：投資產品保證金交易涉及高風險，未必適合所有投資者。高度的槓桿可為閣下帶來負面或正面的影響。閣下在進行買賣投資產品前，應仔細考慮自己的投資目標、交易經驗以及風險承受能力。可能出現的情況包括蒙受部分或全部初始投資的損失。因此，閣下不應將無法承受損失的資金用於投資。倘閣下欲知投資產品保證金交易有關的一切風險，若有疑問，請向獨立財務顧問尋求意見。