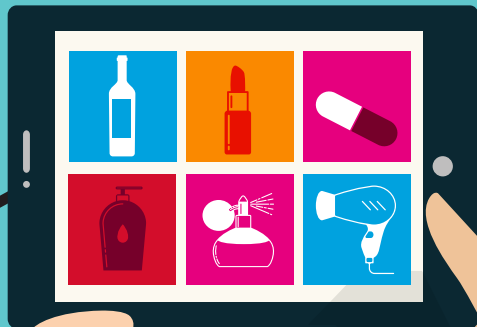


Watson105N

聯繫顧客

加強與顧客在線上與線下的互動



聯繫顧客

加強與顧客在線上與線下的互動

屈臣氏集團正透過領先市場的創新數碼科技，與全球顧客建立更緊密和長遠的關係。我們計劃在二〇一二至二〇二〇年間投資十億港幣，加速集團的數碼轉型，結合線上和線下平台（O+O），打造劃時代的零售網絡。





集團有此策略性的決定，正因為了解顧客都期望零售品牌能與他們緊密聯繫及互動，真正明白他們的需要。現今的顧客可以隨時隨地在網上及線下的實體店鋪購物，他們消費時不再僅僅在乎零售品牌的產品和優惠，而是著重品牌帶來的購物體驗。

屈臣氏集團致力與顧客互動，務求令旗下零售品牌成為顧客心目中的首選。



“集團進行數碼轉型，已非近一兩年的事。我們打從二〇一二年已經開始了數碼轉型，此策略為我們帶來業務增長和盈利。隨著我們踏入下一個轉型階段，我們將繼續秉持以客為本的理念，善用實體店鋪網絡的優勢，將社交媒體、流動服務、網站和會員計劃連接起來，與顧客建立真正的互動及聯繫。”

黎啟明
屈臣氏集團
集團董事總經理

蓄勢待發

集團業務的數碼轉型進展順利，全賴我們多年前已預視到科技將顛覆顧客的消費行為，甚至他們的生活方式。我們運用最新的科技與顧客建立聯繫，履行「DARE」顧客策略 - 為他們帶來與別不同的產品及服務（Different）、隨時隨地跟顧客聯繫（Anywhere）、建立緊密的關係（Relationship）和提供優質購物體驗（Experience）。

屈臣氏集團在全球二十四個市場擁有十二個零售品牌，營運一萬四千五百家店舖，每日有機會接觸到二十四億人，佔全球人口的三成二。我們正以每七小時開一間新店的速度，迅速擴展實體業務。

我們的目標並不止於擴增實體店，集團期望透過與顧客建立緊密的聯繫，令旗下零售品牌無論在線上或線下平台，都成為全球數以十億顧客的不二之選。



線上+線下=機遇

屈臣氏集團正努力把線上和線下的購物體驗無縫結合，讓顧客自由挑選適合自己的購物方式之餘，更迎合同時於線上 (Online) 和線下 (Offline)購物的「O+O顧客」，因為他們對推動業務發展起著重要作用。

相比只進行網購或只於實體店購物的顧客，「O+O顧客」在我們品牌平均多花費兩至三倍，光顧實體店鋪的次數亦多出一倍，是非常忠實的顧客群。

選擇網購店取的顧客，有兩至三成機會會在店內順便選購其他商品。現時，集團旗下已有超過一萬零五百家門市提供網購店取服務。在部分市場，顧客甚至可以在下訂單後半小時內取貨。網購店取服務的規模和速度將會不斷提升。

顧客只能在實體店購物的時代已成過去，透過融合線上和線下平台，我們開啟了「O+O」體驗的嶄新時代，為顧客帶來全新的購物體驗和值得分享的愉快回憶。



數碼轉型

科技徹底顛覆了現今和未來零售市場的面貌，是決定零售業務成功與否的關鍵因素。因此，我們採用了創新的零售科技，革新購物體驗。這些科技為不同市場量身訂做，務求迎合不同顧客的需要和喜好。



StyleMe 虛擬試妝鏡：
利用擴增實境技術，
即時為顧客模擬不同
彩妝產品的妝效



電子貨架：
利用店內觸控
屏幕，讓顧客在
網上購物



RFID 自助收銀處：
顧客只需把購物籃放在自助
櫃台上，裝置就會自動掃描
貨品並計算總值，讓顧客可
輕鬆付款



即時通話：
讓顧客直接聯絡客戶
服務人員



Scan & Go：
顧客挑選心儀貨品後，
可以用手機掃描貨品上
的條碼，然後到自助
櫃台付款

瀏覽屈臣氏集團 YouTube 頻道

數據的深層智慧

以往，零售商必須透過製造商才能了解市場趨勢，從而計劃將來的業務方向。但現在，我們無須再倚賴這些消息，便可自行掌握潮流趨勢。

透過社交媒體的聆聽平台，我們可以實時了解並快速回應市場趨勢。屈臣氏集團旗下的零售品牌在社交媒體累積了超過八千萬粉絲。

我們可以藉著深入的數據分析，實時追蹤時下流行的貨品和關鍵字，即時調整貨品種類和營銷策略。

除此之外，我們亦會分析從消費者和會員獎賞計劃所得的數據。集團每年全球有逾四十億顧客，會員數目達一億三千萬。單單在過去的三年內，我們已經累積了四千三百萬億位元組的數據。我們可以在龐大的數據庫中取得有用的資訊，預測特定顧客將會來購買的貨品。

透過結合顧客關係管理、數據分析、數據科學、人工智能和機器學習，我們可以從上千個數據點中辨別出複雜的固定模式，有助業務發展。憑藉數據分析結果，我們便能在適當的時間和地點引入適當的創新方案，為顧客營造更獨特的個人化購物體驗，從而加強與顧客之間的聯繫及互動。





轉型創未來

現今市場瞬息萬變，唯一不變的是：屈臣氏集團致力成為顧客線上及線下購物的首選。

集團持續推動數碼轉型，長遠而言，這個策略將有助保持我們在業內的領先地位。與此同時，我們亦會努力不懈地繼續引領實體和數碼零售創新，最要重的是結合兩者，為顧客帶來嶄新的購物體驗。

我們的動力源自一個願景：我們希望透過優秀的零售品牌、優質的產品、服務、優惠及獎賞，提升與顧客的互動。



屈臣氏集團、永輝及騰訊 宣佈組成合營公司 強強聯手 組成廣東省超市巨擘

兩大零售業翹楚**屈臣氏集團**及永輝超市，與全球領先的科技公司騰訊聯合宣佈達成協議，將組成合營公司，為廣東省的超市帶來格局上的轉變。

新創立的品牌將命名為「百佳永輝」，屈臣氏集團將注入旗下**中國百佳超級市場**的超市業務，而永輝則把現有廣東省超市業務注入至合營公司，令店舖數目共合超過七十家，會員人數超過二百二十萬。百佳在廣東省屹立三十四年，是家喻戶曉的超市品牌，店舖網絡深入社區，而永輝超市向來力求創新，業務於全國高速增長，是次合作能結合兩間公司的優勢，有助拓展業務及加速增長。

此外，騰訊的投資將為「百佳永輝」帶來科技與大數據分析的優勢，助力品牌在廣東省超市行業更上一層樓。



屈臣氏集團董事總經理黎啟明(左)、永輝超市創始人張軒寧(中)及騰訊智慧零售戰略合作部副總經理田江雪(右)簽署組成合營公司的合約，成立「百佳永輝」



屈臣氏集團董事總經理黎啟明(左四)、永輝超市創始人張軒寧(中)、騰訊智慧零售戰略合作部副總經理田江雪(右四)、中國百佳超級市場總經理李軒宇(左三)、永輝廣東省區業態總經理林立權(右三)，以及兩家連鎖超市的員工一同祝酒，慶祝「百佳永輝」的成立

喜事重重

泰國屈臣氏為慶祝成立二十二周年，以「Reflections on Beauty」為題舉辦了一場星光熠熠的盛事。活動中多位名人踴躍參與玩偶慈善拍賣會，共同為女性地位協進會籌募善款。另外，品牌為慶祝於泰國開設第五百家分店，舉辦了一場華麗的時裝表演及小型音樂會，以答謝顧客多年來的忠實支持並標誌業務又再邁進新里程！



區域董事總經理(亞洲) Rod Routley(左三)出席泰國屈臣氏第五百家分店慶祝活動



創新意念

台灣屈臣氏為慶祝旗下大受歡迎的會員計劃「寵i會員」成立十周年，專程為會員帶來驚喜回贈及獨家會員活動。同時，品牌亦更新了手機購物應用程式，除了為每名會員度身訂造個人化的優惠外，還推出屈臣氏Line官方帳號以及全新「Watsons Pay」行動支付服務。顧客只需一機在手，便可輕鬆付款。



狂歡購物節！

今年，**屈臣氏**在八月八日推出國際網上購物節。「8.8購物節」提供超值折扣及火熱的特別優惠，還有各種促銷推廣，吸引顧客把握機會，盡情購物！

為將豐富的優惠帶給更多顧客，集團旗下多個業務單位都將「八」這個數字融入購物節的優惠當中。**台灣屈臣氏**為網上顧客提供八項獨家優惠，例如消費超過新台幣八百八十八元即有機會贏取免費機票，令銷售額較去年同期大幅躍升。**印尼屈臣氏**則提供高達八八折的快閃優惠，顧客亦可以四個單品的價錢購買八款產品。

另外，**馬來西亞屈臣氏**亦特意在這個日子提供一系列推廣優惠，例如部分貨品價格低至八毫八馬幣，而當日消費最多的首八位顧客更可獲得豐富大獎。在**泰國屈臣氏**，有賴強勁的推廣策略，購物節的銷售額比起近期各項推廣活動還要高。以上精彩優惠在八月八日過後仍然持續一星期，延續歡樂的氣氛。



熱烈慶祝

香港及中國屈臣氏與領先的影像處理及社交分享平台美圖公司組成策略聯盟，將推出「美圖魔鏡」、附有產品推薦功能的美顏相機應用程式及聯名會員卡，為顧客帶來嶄新互動的線上線下購物體驗。另外，未來感十足的人型機械人邦妮成為中國屈臣氏一員，協助顧客尋找所需貨品，同時給予專業的保健美容意見。這項高科技服務讓購物瞬間變得加倍輕鬆有趣。



耀目時刻

ICI PARIS XL為慶祝五十周年誌慶，特地與多本專題雜誌合作舉辦「美容大獎」活動，並邀請五十位成就傑出的女士透過特別專訪，分享她們最喜愛的產品；同時設立最佳女士香水及最佳護膚產品等獎項，讓讀者投票投選出他們最愛的產品。

ICI PARIS XL

驚喜連連！

The Perfume Shop的流動宣傳車早前到訪英國布萊頓。在活動當日，巨星Britney Spears和傳奇音樂人Nile Rodgers均驚喜現身，顧客亦有機會在活動中贏得豐富獎品。與此同時，**Superdrug**慶祝「Shades of Beauty」活動推出兩周年紀念，品牌將繼續為不同膚色的男女顧客提供更多切合其需要的美容產品。



天然體驗

Kruidvat在荷蘭及比利時推出Kruidvat Originals潤膚乳#DIY身體護理套裝，把奢華的水療體驗帶到每位顧客家中。**拉脫維亞Drogas**亦在網上幫助年輕顧客迎接新學年，與網絡短片博客合作，在官方YouTube頻道發佈影片，教授化妝護膚及頭髮護理技巧等健康美容小竅門。



美麗無界限

Superdrug舉辦「美麗無界限」活動，早前在倫敦開設期間限定店，讓更多顧客能夠方便地選購到適合他們的产品。這家店舖提供Superdrug獨家化妝品牌的產品，務求滿足大眾對男士及中性護理產品日益增長的需求。店內亦網羅一系列最熱賣的純素產品，提供沒有動物測試的「零殘忍」美妝選擇。

Superdrug ☆



掀起熱潮

香港易賞錢會員獎賞計劃推出「App、App、App」活動，透過一系列宣傳短片、優惠券及街頭快閃活動，為應用程式下載率帶來雙位數增長。另外，香港屈臣氏亦趁著中秋佳節推出一系列收藏品，當中包括樂加欣朱古力禮盒及「Watsons x OR TEA?」茶包禮盒。顧客可透過指定門市的推廣活動，贏取精選禮品。



迷人自信

一把健康迷人的秀髮可以令人充滿自信。**菲律賓屈臣氏**舉辦「#Hairgoals」活動，幫助女士轉變髮色造型，重拾自信。活動旨在鼓勵女士勇於嘗試新髮型或髮色，並選用品牌旗下琳瑯滿目的髮型產品，讓她們明白適當的頭髮護理可以令她們的秀髮保持健康亮麗，散發迷人自信。



豐富獎賞

馬來西亞屈臣氏早前舉辦一項名為「Switch • Save • Win」比賽，鼓勵顧客選購屈臣氏優質的自家品牌產品，節省金錢。八十位勝出會員及其親友更獲邀到景色秀麗的菲律賓島嶼，享受費用全免的愜意假期。**烏克蘭屈臣氏**亦邀請職員拍攝他們最喜愛的產品，把影片上傳到Facebook或Instagram並標籤#WatsonsSuperBlogger，勝出的參賽者最終贏得全新智能手機。



精彩夏日

位於CKC18的food le parc化身成熱鬧的音樂表演場地，讓顧客可以趁著星期五舉行的爵士樂之夜及夏日街頭音樂會，好好放鬆身心。豐澤亦引進一系列獨家電子美容產品，由潔膚、活膚及眼部護理，到美白牙齒及手足保養都一應俱全，令顧客足不出戶也能以親民價格享受優質的面部及身體護理體驗。

food le parc 豐澤 FORTRESS



解渴之選

菓汁先生與迪士尼Tsum Tsum卡通人物合作推出期間限定系列，並在果汁裡加入豐富的維他命C及B6，提升營養價值。Sunkist亦推出各種驚喜口味，全新夏日金裝果汁系列誠意精選兩款消暑果汁，而經典果汁汽水系列更換上活力四射的全新夏日包裝，清涼解渴，令人精神為之一振。

Mr. Juicy Sunkist



A.S. Watson Group

公共關係大獎最佳關活動(零售) - 銀獎
(《Marketing》雜誌主辦)

二〇一八企業可持續發展大獎
可持續發展領袖企業大獎
(世界綠色組織主辦)

第九屆香港傑出企業公民獎

- 企業組別 - 銀獎
- 義工隊組別

(香港生產力促進局及公民教育委員會主辦)

watsons

馬來西亞

最佳顧客市場推廣大獎最佳會員計劃推廣 - 金獎
(《Marketing》雜誌主辦)

馬來西亞

Lisa 美麗之選大賞 - 最佳化妝棉 (屈臣氏鎖邊化妝棉)
(Lisa Guru主辦)



香港

二〇一八HKMA/TVB傑出市場策劃獎十強
(香港管理專業協會主辦)



#DDP05 Award (藥劑類別) 第一名
(Goud Uberconnected主辦)

比利時

最超值貨品 - Kruidvat Solait SPF 30 防曬 400ml
(比利時消費者協會主辦)

荷蘭

最超值貨品 - Kruidvat Solait 高效防曬噴霧 SPF 30
(荷蘭消費者協會主辦)

最佳網店大獎
(ABN AMRO主辦)



#DDP05大獎 (藥劑類別) 第三名
(Goud Uberconnected主辦)

Drogas

傑出僱主DNA大獎第一名 - 人力資源數碼化
(Eiro Personāls主辦)

ICI PARIS XL

荷蘭最佳香水店
最佳網店大獎
(ABN AMRO主辦)

八月至十月



豐澤 - Beauty Lab by fortress



香港屈臣氏 - 七家新店開幕



中國屈臣氏 - 一百五十五家新店開幕



台灣屈臣氏 - 五家新店開幕



泰國屈臣氏 - 十三家新店開幕



馬來西亞屈臣氏 - 十五家新店開幕

八月至十月



菲律賓屈臣氏 - 三十九家新店開幕



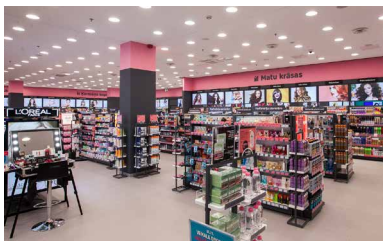
Superdrug - 七家新店開幕



Kruidvat - 八家新店開幕



荷蘭ICI PARIS XL - 兩家新店開幕



拉脫維亞Drogas - 兩家新店開幕



Savers - 八家新店開幕



“

我跟普遍英國人一樣，從小就吃著媽密醬（Marmite）長大。到了1991年，當時二十三歲的我首次踏足澳洲，並在那裡待了一年，除了愛上當地文化外，我亦樂於嘗試所有具澳洲特色的事物，而維吉麥醬（Vegemite）也不例外。

我女兒Mikaela也在澳洲度過了她的童年，還在牙牙學語時就已經開始吃維吉麥醬。它深受年輕人喜愛，對成年人來說則是十分吸引的健康食品。

維吉麥的經典食譜多年來絲毫不變。我明白創新進步是非常重要的，但憑著我多年來從事酒業的經驗來說，我發現許多在全球知名的葡萄酒品牌都堅持自家獨特本色，多年不變。這些品牌之所以能夠屹立不倒，正正就是因為它們的特色深入人心。拉斐（Lafite）二百年來都沒有更換過瓶身貼紙的設計，至今依然大受歡迎。相比之下，一些新興的葡萄酒品牌每兩年就改變一次。

Mikaela現居倫敦，每次我去探望她時，都不忘帶上兩罐維吉麥醬。”

* 摘錄自 WPP Brand Stories Book

Jeremy Stockman
屈臣氏酒窖
總經理



“ 我在七年前加入屈臣氏，當時任職行政專員，從來沒有想過自己會投身公共關係行業。職務輪換計劃讓我有機會在不同部門擔任不同職務，發展各範疇的潛能。我很感激主管的循循善誘及同事的支持，亦希望人人都能把握每個機遇，勇於跳出自己的舒適圈。 ”

劉稚瑋
台灣屈臣氏
行銷部公關主任



“ 申請參與屈臣氏營運管理培訓生計劃後，我在二〇〇四年情人節當天接受面試。當時正值銷售旺季，每個人都顯得十分雀躍。從那一刻開始，我便知道自己想要的是一份每天都能接觸到顧客的工作。隨著業務轉型，我開始負責發展全新的美容顧問服務，並培訓專業顧問及職員，至今我仍然很喜歡自己的工作，樂在其中！ ”

崔小潔
中國屈臣氏
全國營運發展部主管

“ 我很喜歡零售業的活力，亦很享受工作節奏快、解決困難和處理複雜問題所帶來的刺激感。我樂於在零售行業發展，而屈臣氏更是我的不二之選。在我的崗位上，我能夠學習如何與不同的人相處，以及解決不同的問題，是我工作中感到最滿足的部分！ ”

Hazel Çakırca
土耳其屈臣氏
財務部高級採購專員

“ 剛加入屈臣氏時，我對人力資源的網上學習範疇最感興趣，而我亦成為公司Instagram帳戶 - @lifewatsons的管理員之一，運用社交媒體幫助屈臣氏打造成烏克蘭最佳的僱主品牌。我的職責涵蓋我最喜歡的東西，包括藝術、寫作、溝通及了解現時的潮流趨勢，因此我對工作時刻充滿熱忱！ ”

Irina Danevich
烏克蘭屈臣氏
人力資源部初級培訓發展專員



笑亮 童心

屈臣氏集團與專門為唇顎裂及臉部缺陷的兒童提供矯型手術的慈善機構「微笑行動」建立長期國際合作夥伴關係。集團聯合遍及全球的業務單位推出「Give a Smile笑亮童心」公益行動，攜手支持微笑行動，目標在二〇一九年年底為約一千名患有唇顎裂（俗稱兔唇）的兒童提供免費修復手術，讓他們綻放笑容，為他們的未來燃點新希望。





屈臣氏集團香港辦公室 - 集體藝術及蠟筆捐贈



屈臣氏集團香港辦公室 - 化妝班



屈臣氏酒客 - 慈善捐贈及社交媒體遊戲



香港百佳超級市場 - 開心遊戲冊義賣



香港屈臣氏 - 員工籌款活動



易賞錢 - 積分捐贈



豐澤 - 社交媒體遊戲



中國屈臣氏 - 慈善遊戲



中國屈臣氏 - 微笑咖啡室



台灣屈臣氏 - 慈善義賣



台灣屈臣氏 - 社交媒體遊戲



菲律賓屈臣氏 - 醫療行動



荷蘭Kruidvat - 積分捐贈



ICI PARIS XL - 慈善義賣



伸出援手

豐澤與香港家庭福利會再次合作，舉辦「送家電展關懷」活動，向二十名香港的獨居長者送贈各種家電，並教導他們如何安全使用電器，為長者送上貼心的關懷。此外，來自香港百佳超級市場和康寶的義工亦於「全城傳愛齊捐食」義工日共同探訪惜食堂，聯手推廣「惜食同行」計劃。

豐澤 FORTRESS

PARKnSHOP



快樂之源

屈臣氏酒窖舉行開心同樂日，邀請一班香港耀能協會的兒童與義工一同到室內遊樂場參與活動。活動除了為小朋友帶來難忘的社交體驗外，還協助他們準備父親節禮物。另外，馬來西亞屈臣氏亦聯同高露潔，為烏魯雪蘭莪縣烏魯達慕村的村民建設重力供水系統，為當地提供可靠的水源。

Watson's Wine



李嘉誠基金會與醫院管理局及兩醫學院合作 推一億元「愛能助」醫療計劃襄助「夾心基層」

香港的低收入人士可領取政府醫療資助，但仍有些家庭在面對某些疾病時無法負擔醫療開支。有見及此，李嘉誠基金會推出港幣一億元的「愛能助」醫療計劃，為未能得到政府資助的「夾心基層」病患者提供經濟支援。正如李先生稱，他想積極出一分力：「讓有需要的人感到好像多了基金會這個親友。」

「愛能助」計劃資助初診癌症病人接受正電子電腦斷層掃描及冠狀動脈介入治療術，並捐資成立「正電子電腦斷層掃描中心」，以及支援癌症及長期病患者接受新型藥物或治療。

另外，計劃又透過香港中文大學及香港大學的醫學院，分別資助癌症病人及患有克隆氏症、急性潰瘍性結腸炎或免疫性腦炎等自身免疫系統疾病的人士，和協助傳統療法無效的癌病人、長期病患及自身免疫系統疾病患者。



李嘉誠先生（右二）與醫院管理局及兩家大學管理層會面，宣佈推出一億元「愛能助」醫療計劃襄助「夾心基層」

屈臣氏集團

屈臣氏集團起源於一八四一年，時至今日，集團已成為全球最大的國際保健美容零售商，業務遍佈全球二十四個市場。

集團旗下經營超過一萬四千五百家零售商店，種類包括保健及美容產品、高級香水及化妝品、食品、電子產品、電器及高級洋酒。此外，集團亦是歷史悠久的飲品生產商，製造一系列瓶裝水、果汁、汽水及茶類飲品，並透過其國際洋酒批發商及代理商，銷售世界優質名酒。

屈臣氏集團聘用超過十四萬名員工，是業務遍佈全球的大型跨國綜合企業長江和記實業有限公司的成員。長江和記業務遍及超過五十個國家，經營港口及相關服務、零售、基建、能源以及電訊等五項核心業務。

編輯委員會

顧問：黎啟明

主編：倪文玲

委員：

- 集團總部：Clare Forrester 彭秀群 李民漢
- 保健及美容產品部 (亞洲及中歐)：Nuanphan Pat Jayanama
Jose Mes
- 高級香水及化妝部 (歐洲)：Cathy Newman Marjolein Geenjaar
- 製造部：于德超
- 香港零售：鄧惠儀

出版：屈臣氏零售(香港)有限公司

香港新界沙田火炭禾寮坑路1-5號屈臣氏中心

網址：www.aswatson.com

電郵：WatsON@aswatson.com

© 屈臣氏集團 • 版權所有



長江和記實業成員