

港聞 &gt; 港聞

## 社企推「責任消費」生意增25% 髮廊提供折扣 大公司當員工福利毋須捐錢

【明報專訊】金融海嘯對不少商店生意造成衝擊，有社會企業髮廊向私人機構推動「社會責任消費」，提供優惠吸引大公司職員光顧。有別一般捐錢模式，私營企業毋須花一分一毫便可履行社會責任，而社企生意亦因此大升25%，現時每5個客人便有1個是支持計劃而來，令髮廊在金融海嘯下仍能再開分店，並在一個月內迅速收支平衡，創出社企神話。

### 培訓邊青分店開張一月收支平衡

基督教豐盛職業訓練中心8年前開始開辦髮廊幫助邊緣青少年，訓練他們當學徒。中心董事紀治興表示，受到金融海嘯影響，他們在西灣河的豐盛髮廊去年12月推出企業銷售計劃「3G責任消費」，以折扣鼓勵大型私人企業員工光顧。他指出，計劃只是需要企業向員工介紹他們的髮廊，給他們折扣當作員工福利，毋須捐錢，又可履行社會責任，製造雙贏局面，故機構大多樂意參與。

髮廊透過人際網絡接洽13間機構，包括匯豐銀行、醫管局等，並向員工提供15%的折扣。紀表示，雖然髮廊提供15%優惠可能令利潤大減，但大部分因計劃而光顧的客人均自願付回正價，甚至因為想幫助社企而給予更多貼士。單是今年1至3月，髮廊生意額不跌反升，較去年第一季上升25%。

由於客人太多，髮廊於今年6月在同區再擴充多一間，由於正值金融海嘯，髮廊成功以較低的租金租到新舖。同一時間，新店對舊舖的生意並沒有太大影響，舊舖生意反而增長12%，證明以前只是客人太多而令部分客人卻步，而新店亦能在一個月內達到收支平衡。

### 到機構演講介紹理念 深化關係

紀表示，光是向員工提供優惠並不足夠，最重要是深化關係。他表示，他們會到不同的機構演講，向員工介紹他們髮廊的理念，又舉辦不同活動，例如叫公司員工到髮廊學洗頭，令員工有更大體驗，回到公司後亦可擔任推廣大使。

不過紀指出，利用社企之名吸客並不是萬試萬靈，根據他們的調查，29%首次光顧的客人是因為想幫社企才光顧，但第二次光顧的客人中，只有8%是因為同一原因，「所以社企能吸引人嘗試光顧，之後都要靠質素才能留客」。

事實上，13間機構合共有23萬員工，光顧豐盛的只佔全數員工極小部分，要成功吸引更多顧客，日後再招攬私營企業參加時，便要考慮公司的企業文化，「社會責任文化較重的公司，光顧社企的員工比例才會更高！」他期望，如果其他社企亦能適當應用「社會責任消費」，對生意將會有更大幫助。

明報記者 賴月玲



社會企業豐盛髮廊去年12月推出企業銷售計劃推廣「社會責任消費」，招徠13間私營機構參加。中心董事紀治興（中）表示，首3個月生意額已上升25%，並在海嘯下在同區再擴充多一間髮廊，圖為他與新店髮型師合照。（李紹昌攝）

此文章位置：

[http://premium.mingpao.com/cfm/Content\\_News.cfm?Channel=gb&Path=234861545527/gma1.cfm](http://premium.mingpao.com/cfm/Content_News.cfm?Channel=gb&Path=234861545527/gma1.cfm)

按此列印 關閉視窗

港聞 > 港聞

## 「良心消費」應用社企 顧客更慷慨

【明報專訊】坊間近年多了不少與「良心消費」有關的產品，如公平貿易咖啡、有機蔬菜等，就連樂施會亦擬推出相關產品，豐盛髮廊則把有關概念應用到社企營運，針對私營公司推行「社會責任消費」作推廣，事實反映，光顧的公司員工甚至更慷慨，願意付出更多費用幫助社企。


倡「公平貿易」社企 海嘯後營業額反升

良心消費主張消費時不剝削，不遺害人類、環境及動物，良心消費者購物時會考慮產品的製造或銷售過程，例如生產時會否剝削工人，或者會否破壞環境，部分人則會罷買不符合道德原則的產品，例如不少動物組織均抗議購買皮草。本港另一間社企「公平點」，亦是專門售賣公平貿易的產品，雖然面對金融海嘯，但該店營業額不跌反升，足見產品有一定市場，樂施會亦擬推出良心消費相關產品。

事實上，現時亦有機構針對私營公司推廣良心消費，例如鼓勵公司向來賓提供公平貿易咖啡、茶及小食，以提升公司形象，或購買公平貿易咖啡供公司職員飲用。

此文章位置：

[http://premium.mingpao.com/cfm/Content\\_News.cfm?Channel=gb&Path=234861545527/gma3.cfm](http://premium.mingpao.com/cfm/Content_News.cfm?Channel=gb&Path=234861545527/gma3.cfm)

 按此列印

 關閉視窗

港聞 &gt; 港聞

## 前HP高層經營 盼5年設10分店

【明報專訊】要生意成功除了價錢及產品質素，經營策略一樣重要。髮廊「大腦」中心董事紀治興是前中國惠普（HP）的副總裁，6年間令HP內地生意額升10倍，他認為，只要找到一個成功的生意模式，社企一樣可以大規模擴充，並定下5年有10間髮廊的目標，令旗下社企車房及髮廊的每年生意額可增5倍至3000萬元。

### 低價吸客失敗 改走中高價路線



髮廊於2000年創辦時希望以「低價高質素」吸客，但策略並不成功，後來改走中高價路線反而更好，紀治興亦運用其商業知識，去年6月策動集資，吸引17名投資者籌得300萬元，到去年尾的3G責任消費計劃令生意額上升，今年6月已在同區再多開一間髮廊，預計未來一年可再開1至2間，目標是由去年至2012年的5年內增至10間髮廊。

要達成宏願自然要付出努力，單是「數字管理」已令不少人汗顏，附近有多少間髮廊屋？收費多少？幾多人因為社企之名光顧？再光顧比率多少？這些有助制定策略的數字均有統計，「我們發現，每9個在髮廊外觀看的人，大約有5個真的會光顧，故新店也用落地大玻璃窗令店面更開揚」。髮廊亦會統計每間參與3G責任消費計劃的機構每月有多少員工光顧，「我們會定期把數字告訴各機構，他們會更容易記得你，在提供員工優惠的機構中也更容易排更高位置，突圍而出」。

### 重視服務質素 培訓學徒「內涵」

紀氏強調，服務質素十分重要，髮型師亦要接受訓練，除了學習如何輔導學徒，更要特別上堂培訓「內涵」，學習與顧客溝通，了解不同客人的特質，再用不同話題溝通。HP內地生意額曾在6年間由1億升至10億，他預計，現時中心旗下的車房及髮廊每年生意額約600萬元，2012年可上升至3000萬元。

此文章位置：

[http://premium.mingpao.com/cfm/Content\\_News.cfm?Channel=gb&Path=234861545527/gma2.cfm](http://premium.mingpao.com/cfm/Content_News.cfm?Channel=gb&Path=234861545527/gma2.cfm) 按此列印 關閉視窗