

常見問題

1

莎莎怎樣從芸芸同業中脫穎而出？ 莎莎的優勢在哪裡？

一站式化粧品專門店的獨特定位，品牌家傳戶曉

莎莎成立於1978年，憑藉經驗豐富的管理團隊、周全的企業策略及穩健的財務表現，莎莎已成為家傳戶曉的知名品牌。莎莎的業務方向清晰，並策略性定位為一站式化粧品專門店。莎莎一直為本地顧客及中國大陸旅客的首選化粧品零售品牌。

產品選擇豐富，切合不同顧客需要

莎莎搜羅全球逾600個國際化粧品品牌的優質產品，包括從護膚品、香水、化粧品、身體護理產品、護髮產品及保健食品等，售價涵蓋大眾化市場以至高檔市場，為不同類型的顧客提供豐富的產品選擇。莎莎的產品組合能夠滿足不同顧客的多元化需要。集團透過優化產品組合，更頻密推出新產品及擴大產品種類及概念以提升競爭力。

個人化的跨品牌美容建議

經專業培訓的莎莎美容顧問不但提供全方位貼身的美容服務，同時根據顧客需要提出個人化的美容方案和跨品牌建議。我們亦會為顧客提供正確使用產品的資訊以迎合他們各種細緻需求。

非凡的購物體驗

眾所周知，莎莎是開放式貨架零售概念的先驅。店內時尚、舒適的購物環境可讓顧客輕鬆自在地選購不同品牌的產品，享受非凡的購物體驗。我們不斷努力優化店舖的時尚設計及產品陳列方式，增加與店內顧客的互動交流，突顯各化粧品品牌的形象，使產品陳列更具吸引力。

2

莎莎如何維持高水平的個人化顧客服務？

優秀的培訓隊伍

莎莎的培訓隊伍涵蓋專才，負責各種培訓課程，包括：產品知識（護膚品、香水、化粧品及美容護理等均由不同專業培訓人員負責）；皮膚分析、化粧品技巧、銷售技巧、指導技巧、顧客服務以及一般管理知識等。

嚴謹的培訓計劃

在莎莎剛入職的銷售員工，必須接受逾240小時的培訓才可成為正式的美容顧問。化粧品零售行業瞬息萬變，我們的美容顧問除了要緊貼潮流外，還要迎合顧客各式各樣的需要。我們持續為美容顧問提供專業培訓，使她們獲得最新的服務技巧及產品知識，從而向顧客提供貼身的美容建議，維持專業的服務水平。



3

莎莎的積分獎賞計劃如何運作？

莎莎自2011年5月起推行積分獎賞計劃。這個顧客忠誠計劃旨在回饋莎莎尊貴顧客一直以來對我們的支持。所有尊貴顧客於莎莎店舖購物消費均可獲得積分獎賞，積分可用於兌換特別折扣產品。顧客忠誠計劃有助鞏固我們與顧客的關係，同時提升銷售表現。於2012年3月31日，我們擁有超過290,000位尊貴顧客。



4

集團中國大陸業務的最新發展情況如何？

集團於中國大陸市場發展已超過六年，現正進入新發展階段。這階段的特點是擴展速度加快和發展策略更具針對性，尤其在與供應商及業主建立關係及店舖選址方面，同時亦針對提升規模擴展能力投放資源，包括營運流程、系統及管理資源等。我們的目標是建立五個「營運板塊」，以提高管理效率。

截至2012年3月31日，莎莎已於中國大陸11個省份內26個城市開設48間「莎莎」店舖及20個「瑞士葆麗美」Suisse Programme專櫃。擴大店舖網絡有助我們將更多世界知名美容品牌引進我們的店舖，繼而顯著擴大我們的產品組合及提升店舖形象。隨之而來的是客流量及生產力亦得以提升，使我們獲中國大陸地產發展商提供更大支持及合作機會。莎莎中國大陸業務現已在店舖層面錄得盈利，這將促使我們開設更多新店舖。鑑於中國大陸化粧品市場正在快速擴展，本集團將繼續在中國大陸投放更多資源，藉以進一步提升市場佔有率及優化營運效率。