

他用4大心法重塑UNIQLO全球旗艦店 連日本總部也稱讚

2021.12.21

李淑霞



UNIQLO TAIPEI 全球第6間旗艦店

捷運忠孝敦化站3號出口，共4樓層，占地1,065坪



劉立鼎

2010年25歲進入UNIQLO，一年半當上店長，
兩年半後成為區經理，36歲旗艦店總店長。

4大心法

- 亮點1：用創新服務，讓公司願景可視化
- 亮點2：為百位員工，進行每周3小時教育訓練
- 亮點3：打造積極，無礙的溝通管道
- 亮點4：注入在地文化，專屬台灣特色的旗艦店

4大心法-1

亮點1：用創新服務，讓公司願景可視化

今年是UNIQLO插旗台灣的第11年，下個10年怎麼走，員工都在看。

接下來，會有哪些面向的新服務？半年內，可以把同事訓練到什麼程度？3年後，店鋪將有什麼變化？這些看似抽象卻重要的問題，是劉立鼎透過這間旗艦店想回應的。

在「LifeWear」的品牌願景下，本次引入全台首創、99元起跳的鮮花販賣部、親子共讀區、穿搭顧問等創新服務，用不同角度靠近顧客的日常生活，也和日本機能性潮牌White Mountaineering推出聯名款。「我們想成為最前面的試驗者，用單店的力量，讓台灣的其他夥伴看見公司願景能如何實現。」劉立鼎直言，接下總店長一職，想做的就是創造讓員工感到心動的挑戰，而這間旗艦店，就是最鮮明的畫面。

4大心法-2

亮點2：為百位員工，進行每週3小時教育訓練

創新服務拓展的同時，員工教育也跟上。劉立鼎表示，如何將商品與顧客的生活連結，甚至觸及顧客的興趣，是本次訓練的出發點。除了強化對於店鋪管理的知識，還新增了「LifeWear美學顧問」，提升全員の穿搭概念，以及對於觀光、露營、健身等熱門話題的常識。此外，也請來花藝講師，分享各種花卉的象徵意義和養護技能。

廣告

事實上，光是籌備教育計畫就耗時超過4個月，開始執行後，每一個員工每週平均花費3小時在訓練上。在UNIQLO「全員經營」的哲學下，高階管理者也要接受花藝和穿搭美學訓練；基層員工也需要了解損益、營業額、賣場等經營技巧，全員126人，無人例外。

為了增加年輕夥伴的向心力，劉立鼎也積極搭建舞台，讓底下20出頭的店鋪員工，都有機會施展專業，運用各國語言翻譯、音樂科系出身的專業，成為員工訓練的講師。他記憶猶新，「我看見他們在台上閃閃發光的神情。」

「我常在想，若是做一個50分的員工教育內容，可以讓20分的人有所進步，但若我能做一個80分的員工教育，他們是不是就有機會能比我更優秀？」從劉立鼎的自省，可見他對全員「共好」的執著。

4大心法-3

亮點3：打造積極、無礙的溝通管道

談到帶領團隊的風格，劉立鼎說：「我從成為管理者的那一刻起，就希望自己成為『沒有情緒』的人。」面對壓力或員工犯錯，他謹慎地挑選用字，確保員工接收到的訊息是：「我們要如何一起進步。」

對此，副店長許凱婷也深感認同：「每次遇到挫折，他會自己先深呼吸、消化情緒，厲害的是，只要深完呼吸，他的第一句話一定是鼓勵。」隨著開幕日逼近、壓力劇增，劉立鼎也曾一度無法抑制負面的情緒性發言，「但過了半小時後，他一個、一個向員工道歉，說明他反應背後的原因。本來大家是很疲憊的，反而帶起了整個團隊的動能。」許凱婷記憶猶新。

此外，劉立鼎非常重視溝通與聆聽。一般而言，總公司會訂定營業目標細項，例如要賣出多少件衣服、商品如何陳列，店鋪員工接收指令後執行。但劉立鼎在下達指令前，會先聆聽部下的想法，甚至刻意「隱藏」本部預定好的細節，讓員工依自己的專業做判斷，再將討論結果帶回本部。

許凱婷表示：「這讓我很驚豔，知道我也有機會把意見傳遞到上面，讓我更想要去執行這個專案。」

4大心法-4

亮點4：注入在地文化，專屬台灣特色的旗艦店

如同重開幕後的旗艦店名稱「UNIQLO TAIPEI」，讓來自世界的消費者，看見品牌在地的特色，是最關鍵的挑戰。「如果我們有最新的時尚，卻做得跟其他店鋪一樣，就不像一間在台灣的全球旗艦店。」負責鮮花事業與商品計畫的賴若凡經理表示。

在旗艦店中，處處可見台灣文化的生命力。包含與鄰近店家品牌如東區粉圓、乾杯、雞蛋糕等攤商合作，並與黑松、維力、雄獅等經典品牌推出聯名T-shirt，以及和在地藝術家合作的竹工藝、刺繡和二手衣創作等，結合傳統與永續精神的企畫，讓日本總部看了直誇：「只有台灣人才做得出來。」

想要有「被世界看見」的本錢，更需要對品質的堅持。自我要求高的劉立鼎，不管遇到任何麻煩，從不輕言妥協。在部下眼中，他的標準與理想很明確，本次以總公司採購角色，加入籌備旗艦店行列的賴若凡就表示：「由他來擔任總店長，其實讓我輕鬆很多，因為我知道他堅持的是什麼，我就是跟著這個目標走，而不是為了讓這個人滿意。」

3樓：展示羽絨回收製程



4樓：二手衣打照裝置藝術



2021年10月
重新開幕



1樓：引入鮮花販賣部



2樓：設有兒童圖書館

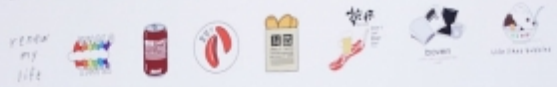


UNIQLO TAIPEI GRAND OPEN



DESIGN YOUR OWN T-shirt! 打造自己的專屬T-shirt!

UTme 讓你發揮創意，客製專屬於你的獨特T恤。本次集結了台北東區商家以及多款台灣元氣圖騰，為新的生活帶來幸運與活力的祝福。台灣限定設計，每一天穿上台灣的職能與陪伴！



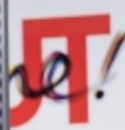
Kapi's Nishiku Restaurant
「生活不能沒有燒肉和啤酒
替今日疲勞通通乾杯」

開肉燒烤、啤酒，
為人們製造出生活的感動。
1999年，就將燒烤的歡樂人
平生活化，這樣帶來了另一層
層創新的理念，讓家成為此
界的起點，經過多年淬鍊，成就
今日的燒烤帝國。



Eastern Ice Store
「無可取代的滋味
來自對新鮮食材的堅持」

秉持健康自然的理念，優質古法，
打造料多味美的冰品與飲品。
響應台北世界菓園百項216種，讓
更多人們在品類最大研發的
樣子，這與你記憶中無可取代的
滋味，來自東區對食材的嚴
持與用心。



打造我的專屬T-shirt 自己的UT自己做

DESIGN YOUR OWN T-shirt



謝 謝 聆 聽
