

说到慈善商店,你脑海中的第一印象会是什么?过时老气,毫无品味可言?个人无用垃圾的倾销场?便宜货的代名词?……三年前,如果你走进位于英国奥平顿(Orpington)的这家由国际机构“拯救儿童(Save the Children)”开办的慈善商店,你的第一感觉或许就如同上面描述的一样,产品的堆放杂乱无章,地上的烟头和废纸屑随处可见……在慈善商店盛行的英国,很多店铺也如同这间商店一样,未能逃脱将大部分回收衣物送到垃圾堆的下场。

而如今,英国的慈善商店正在经历一场复兴,并且努力跻身成为高街时尚的一部分。客户从二手物品里找到了其价值和独特的气质,并且以这样的搭配为荣。仅2010年,慈善商店的收入就达到1亿2千万英镑。这些锐意改革的背后,有一位独特的代表——英国零售女王玛丽·博塔斯(Mary Portas)的慈善商店 Living & Giving。

当零售女王邂逅慈善商店

其实,无论从哪个角度来说,玛丽都不像是慈善商店的主人。这位高端品牌哈维·尼克斯(Harvey Nichols)的前创意总监,通讯公司 Yellowdoor 的创办者,她对零售业的把握和个人的谈吐气质让她的第一套电视节目“玛丽女王的商店”取得巨大的商业成功,然后她又凭借在英国广播公司 BBC 播出的“玛丽女王的慈善商店”,从商品销售、店员、设计到定位……将寒酸的慈善商店来了一次大变脸。这套节目在 BBC 2 的收视率超过 350 万观众,使这家濒临倒闭的店铺从每周 900 英镑的营业额,提升到 2000 英镑。

从电视节目中受到启发,如今的玛丽已经成功地在英国开设了 4 个自己的慈善商店,分别位于普利茅斯、诺丁山、爱丁堡和伦敦。第一家店铺开业当天,就有上百人在门口排队,在开业后的第一个小时,零售额就达到了 2500 英镑,关门时达到了 7000 英镑。在开业三周内,就筹集到了 11 万 3 千英镑的善款。这个数目确实可观,所有筹集到的款项将帮助拯救全球那些需要帮助的儿童。

谁说慈善商店一定是布满灰尘、冷冰冰的?在 Living & Giving, 这里更像是一个贩售二手时尚的创意坊,对于复古时尚的热爱,对于慈善事业的追求……在这里可以得到一个令人满意的互动。每个店铺的陈设都别具新意,除了提供颇具吸引力和收藏价值的物品,这些慈善商店还提供慈善礼物,比如为发展中国家准备的净水器,完全秉承购物为慈善的概念。

成功的市场运作和媒体宣传,让玛丽的慈善商店得到了很多关注。时尚品牌如香奈儿和迪奥主动将其媒体样衣、过季库存捐赠出来,作为店铺开业的贩卖产品。一些明星人物也会特别捐



玛丽旗下的慈善商店都由专业设计公司负责室内外形象包装,图为位于伦敦诺丁汉区的一家分店

Living & Giving: In the Name of Fashion 英国的新派慈善商店

赠大批的二手衣物过来, Living & Giving 会特意举办周五之夜专场,不仅宣扬明星的慈善之心,还借此获得媒体关注,贩售更多产品。当然,这里也并不是全部都是设计师品牌,也有一些高街时尚,比如 ASOS、French Connection、ZARA 等。同时,她的慈善商店也将展示其他一些公益品牌的设计,比如 Beyond-Skin、Organik Rocka 等。

抵消式购物原则

在开一家慈善商店之前,店铺定位很重要。什么样的人来你的慈善商店购物?你要为客户提供怎样的二手产品和服务?你的二手产品的标准是什么?如何将你的慈善商店和别的区别开来?为此,玛丽提出了抵消式购物原则 (shopping neutral)——每次你买一件新衣服的同时,记得捐赠出一件不想要的衣服。这个理念源自于一个调查:在英国,75%的女性都拥有至少 14 件永不得见天日的衣服,这些价值约等于 70 亿英镑的时尚物品,很轻易地被束之高阁。因此玛丽倡导所有来购物的顾客们在购物的同时也带来一个袋子,里面是有价值的捐赠物品。

而作为一个购买者,你想买的,永远是物超所值的二手东西和一次难忘的购物之旅。所以这位零售女王会特别在意橱窗创意、分类摆放和环境设计。这个概念给了“慈善时尚”一个新的定义——慈善商店可以是个性又不失流行的,客户更愿意在一个充满格调的环境中进行一场道德的购物之旅。

玛丽的运营模式

提升捐赠品质量
在玛丽看来,提升慈善商店

销量的第一原则,就是提升捐赠品的整体质量。于是她设计了捐赠日,进驻大公司的写字楼,呼吁白领捐赠体面的衣服,用来拯救更多的儿童。“现在就捐,不要延迟”(Donate Today, Don't Delay) 的口号被印在志愿者的 T 恤上。当然事先对志愿者进行公众讲话技巧的培训也是非常重要的,但是对于玛丽而言,志愿者迸发出的对于慈善的热情,才是真正打动听众的东西。

员工培训及志愿者号召

有了质量可以保证的二手产品,接下来就是对店铺的设计,产品分类和摆放,这里面很重要的一个环节,就是员工培训。在很多慈善商店,对于收到的产品进行分类的,都是在这里服务了很多年的志愿者,很多都是奶奶级



玛丽·博塔斯既是英国零售界的传奇人物,也是家喻户晓的电视人物,2011年,她被英国首相任命对未来理想中的商业街区进行概念设计



充满时尚感的装潢一改人们对于慈善商店的印象,图为商店室内一隅

别。为了号召年轻志愿者的加入,玛丽设计了志愿日。与传统定时定点不同,采取“随到随帮(Drop-in)”的灵活方式,以适应有志愿意向但工作时间不固定的年轻一族。同时,一些时尚搭

配专家也被邀请进来,对志愿者进行搭配的一些基础知识培训,并且现场让他们对于颜色、款式的搭配进行练习。这一关之后,非常重要的一环就是对志愿者进行标价练习,介绍她们从未见过的设计师品牌,提升价格。在很多志愿者的意识里,慈善商店的核心就是砍价,便宜、便宜、再便宜是大多数购物者来这里的初衷。而零售女王王后的看法则是,如果你要出售的产品质量提升了,你就一定能够将它们以高的价格卖出去。83 岁的志愿者莉拉(Lila)已经为“拯救儿童”服务了 17 年,她从未没想到把价格提升能够有效地带来效益,但事实的确如此。

志愿者管理:“民主”不可行

在慈善商店工作的,大部分都是志愿者。他们义务给出自己的空余时间,这完全是无私的对于慈善事业热爱的精神,单凭这一点,就让很多慈善商店地区经理缺乏对他们提出专业要求的勇气。但在玛丽看来,民主不能在零售店铺里出现,慈善商店的运作是一门生意,必须要有一名称职的店面经理来进行整体的管理和沟通。这名经理必须有零售经验,有一定的时尚观念,良好的客户服务意识以及对于慈善工作的热情。

媒体发声:打造时尚慈善新概念

当然,作为一个公关和零售品牌解决方案的公司创办人,她深谙媒体的重要性。要让媒体来宣传。在改造“拯救儿童”机构的慈善商店时,她和志愿者一起,把一些高质量的二手服饰带到伦敦时装周的后台,让模特和编辑们从中挑选自己最喜欢的款式,打造出自己喜欢的复古风格,打响时尚慈善新概念,宣扬可重复使用的时尚,能够帮助人的时尚,从而吸引更多有品味的捐赠。她适时推出的志愿者日、捐赠日、抵消式购物原则和有格调的时尚慈善策划,都为媒体报道增加了不少话题。

(据《社会创业家》)

玛丽的捐赠建议

好好打量下你的家,是不是有些东西你已经不爱了?那就想着将它们捐出去吧。

如果你要捐赠的是破衣服或者有污渍的衣服,捐赠前请将衣服分类整理好,标上“残损衣物”的标签。

在捐赠衣物时,想下自己所捐赠衣物的品质,并且问自己一个问题:如果你是买家,你愿意付 5 英镑来购买吗?

如果你有时间,请告诉慈善商店你购买的地方及价格,这样可以方便慈善商店员工更好地定价。

使用垃圾袋装你的捐赠物品,会让大家将你的捐赠物品和垃圾联系起来。把你的捐赠物品放进一个好点的购物袋里吧。