



叶女士开的这家洗衣店,叫做“威斯顿”,在杭州滨江区伟业路上,这里小区密集,太阳国际、国信嘉园、彩虹城等都在附近。

洗衣店面积不算大,看上去干净整洁。走进店里,一眼就能见到一屋子挂满的衣服,每件衣服外面,套上了一层透明的防尘罩。一侧的货架上,也摆着洗好的物品,鞋子、包包、毛衣,都用防尘袋包好放在那里,等着主人来取。

3月初春的上午,店里的客流量不大,女主人叶女士已把该做的事情做得差不多。她坐下来刷手机,看看当天小区的团购线下提货点的数量是多少。

今天,让我们来听“威斯顿”洗衣店老板叶女士的讲述——



## 做线下提货点引流,积极做小区团购,滨江这家洗衣小店的生存忠告是: 生意不好的时候,要主动出击

本报记者 詹程开 文/摄

### 为了孩子 停掉广州的汽配生意

洗衣店是2015年开出来的,已开了5年半了。它一直在这里,没换过地方。

我和我老公都是丽水人。早年,我们在广州做汽配生意,做了有十五六年吧,生意一直蛮好的。后来儿子要上高中,因为异地不能参加高考,浙江和广东那边的教材也不太一样,为了儿子,我们停掉那边的生意回来了。刚回来那时,女儿还小,刚上小学一年级,我就在家里带孩子。直到女儿上小学四年级,有一天,突然觉得呆在家里“闲得慌”,就和老公商量了一下,开了这家洗衣店。

开洗衣店,店铺的位置非常重要,最终选在这里,也是看中了这一带小区密集。因为有做生意的经历,选址的重要性我们多少有点知道的。

### 生意好时 客人推一车衣服来洗

这家店主要是我在管。不过今年女儿初三,要中考了,我花在店里的时间也会少一些。店里现在雇了两个人,一个就是我表姐,她在店里的时间多一些。另外,还招了一个短工,这个短工流动性会比较大。

之所以招短工,是因为我们这个行业旺季和淡季很明显,每年国庆到第二年的端午,算是旺季,最忙的时候加班到凌晨都有。但过了端午,天气慢慢热起来,生意也就开始淡了。

我们这里的房租不便宜,一年要差不多20万,加上人工和设备等成本开支,经营压力不小。

去年一年,是我开店以来生意最差的一年,没赚到什么钱,勉强强算保本。今年从过完年以后,到目前为止,也没真正忙起来过。年初八,店里恢复营业后,稍微小忙过几天,后来就又冷清了。

这样的生意和过去反差还是蛮明显的。我们刚开业的第一年,生意不怎么样,后来越来越好。特别是开到第三年,生意好到都忙不过来,几个人从早干到晚,根本没有时间坐下。我们夫妻两个人,再加上雇来的两名员工,四个人忙到晚上11点都是常态,有时候还会加班到凌晨。

那时,一过完春节就很忙了:衣服都是一堆堆抱进来的,有的顾客从物业那里借来一辆小推车,推着整整一车衣服来洗了。累是真的累,但心里也真的开心。生意旺,赚得多,满足。

去年开始的这场疫情,真的让我们感受到了从未有过的艰难。今年稍微好一些。但想要再回到往日那种忙碌的景象,也有点困难。



### 为活下来 设线下提货点,还想做网购

现在属于旺季,但平均每天的营业额基本也就千把块钱,换作过去生意好的那几年,同样的时间,每天的营业额三四千都是有的。

有时候看着生意不温不火的,心里也着急,但光着急没有用,得想办法。去年下半年,刚好有两家购物网站的人来找我们,看中了我们的位置,想在店里设置他们的线下提货点。

我和老公商量了一下,决定接过来做:一方面,可以额外赚点钱。另一方面,也能帮我们提高一些人流量。线下提货点设立后,到店的人流量大了,也确实带来一些洗衣服的客源。

有一些平时没来洗过衣服的人,到这里提货,提完之后,会顺口问一下,洗衣服怎么收费?

我们做这一行的,不是想停就能停的。这些年来,也积累了不少顾客,很多还在我们这里充了卡,加上机器等设备的投入,如果没人接手,是不能随随便便关店的。

我们在这里开了那么多年,口碑也不错,周边的人对我们也蛮好的,不到撑不下去的时候,不会轻易关门的。这两天,打算去团购网站做点活动,再做一波人气。人总要有个信念,我相信,只要坚持下去,环境总会好起来的。

### “威斯顿”洗衣店开店心得

- 1、开洗衣店的位置很重要,一定要选择小区密集、人流量大的地方。
- 2、以诚相待做口碑。万一遇到纠纷,先主动认个错,该赔的就要赔。
- 3、洗衣品质必须过硬。
- 4、洗衣店的淡旺季比较明显,在用工方面,可以灵活一点。
- 5、生意不好的时候,要主动出击。

### 新闻+

### 知名财经作家吴晓波 点赞本报“社区小店”报道 还有建议给创业小白: 让走过路过的人 成为你的朋友

知名财经作家吴晓波也关注到了本报“社区小店”这组采访,特地录来一段视频,表达自己的观点。“钱江晚报·小时新闻做的这组社区小店的采访,我觉得特别有价值,它代表着在新的环境下,每一个微小创业者都在重新思考,这个商业空间和周边社群之间的关系,因为任何一个商业,在今天,都需要重新想象。”

吴晓波讲述了一个故事。

有一次去吃火锅,老板说,能不能加一个抖音号。不想加,老板送来一盘花生米,还不想加,老板再送来一盘萝卜干,然后就加了。晚上九十点钟,刷抖音,看到老板在炒小龙虾,刚好写稿子饿了,在线订了小龙虾,马上就送到家里了。

“作为最普通的小龙虾店老板,他可能不知道圈层社交,更不知道私域流量,但他已经跟上了今天移动互联网时代的变革。”

你可以看到,线下零售店和消费者的关系,既是陌生人关系同时也是准朋友关系。

吴晓波认为,今天开小店和过往开小店,最大的不同,是消费者的定义发生了变化。吴晓波想告诉创业小白们,越来越多的人买一包盐,买一包方便面,买一杯奶茶,网上动动手指就送到手里,疫情之下线下零售受到冲击,你提供的产品是否跟线上的销售形成了差异化?

“要让那些小区里走过路过的人成为你的朋友。”这是吴小波对“创业小白”的忠告。

本报记者 方力 杨一凡  
通讯员 张前静



扫二维码  
看吴晓波点赞  
视频