

社区
小店纪事做完核酸采样就能领到消费优惠券
杭州南星街道这轮操作
居民和小店都叫好

本报记者 章然

“这是什么?”“这个是可以刮奖的吗?”“这个怎么用呀?”

昨天上午,杭州南星街道美政桥社区的核酸采集点,身穿红马甲的志愿者站在一旁,看到有人做完核酸,就把一张消费券递到对方手上。

做完核酸,还有美食优惠券可以拿,大家都很高兴。

优惠券一张卡片大小,上方写着几个大字“您已经完成核酸检测”,下方是三张优惠券,5元、10元、20元,优惠券消费地址是复广直街上的“壹号码头”,背后是优惠券可使用商家。

这几天,南星街道这批核酸采样消费优惠券火上了同城热搜。

南星街道区域发展办周志强说,把核酸检测和优惠券消费结合起来,是从其他地区得到的灵感:“刚好我们这边有个地下商场,店铺多,受疫情影响很大,我们也是想能够促进消费。”做核酸就能领消费券,是从5月24日开始的:“优惠券下放到包括美政桥社区的四个社区,最初开始试运营三天,效果还不错,部分店里营收有上涨,很多年轻人会去买奶茶。”

美政桥社区副主任徐宏吉说,美政桥社区一天限量150张,“每天早上一个小时就发完了,年轻人喜欢券的多,老年人一般领回去也给孩子了。”

南星街道工作人员告诉记者,这次核酸消费券一共印了3000张,有效期至今年年底,截至目前发了1200张:“‘壹号码头’那里的商家的确受疫情影响较大,没啥客流,我们希望能通过这种方式带去流量,提升生意。”

记者联系到了壹号码头的负责人吴振涛,壹号码头在去年12月份开业,一共有45个店家。

开业以来,就遭遇了好几轮疫情,生意难做的商家不在少数。

大家都在积极求变。

“我们和街道联系,一起商定出了做核酸送消费券的办法,也没有太多经验,这次先发了1200张,消费券中满25减5元的饮品消费券使用得比较多。”

现在,大家也在总结和复盘。

“比如上次设置的满100减20元的晚餐券使用率比较低,我们打算,设置一个叠加的方法,天气热吃夜宵的人比较多,叠加之后满300减60元,这样吸引力比较大,可能用的人就会增多,做这些都是为了慢慢增加经验,努力吸引人。”



在壹号码头开店的椿风养生茶饮的店主晓小告诉记者,消费券发放后效果很明显,“平均每天能收到十来张,用券的人老的少的都有。我们店周边都是办公楼,中午下来吃饭的人特别多,上班族用券比较多,节假日和周末的时候是学生比较多。”晓小感觉,这个消费券真的帮了不少忙,三月那波疫情之前,椿风的线上线下销售都很好,疫情突然来袭,线下人流量受影响较大,直到5月开始才慢慢恢复,“这批消费券发出后,明显带来客流,我们计算过,线下营业额能增加10%~12%。”

晓小说:虽然我们店家做了折扣,但是相比外卖扣点,线下用券对我们商家来说还是划算的,客户用券得实惠,我们收券涨销量,真的是双赢。

杭州两家小店
免费改造方案出炉
店主惊喜:就是我喜欢样子

开一家有腔调的小店,是很多店主的梦想,但是受制于自身专业和年代审美,小店的外部形象往往并不是店主最想传达出来的。

怎么解决店面形象问题?

钱江晚报小时新闻关注杭州小店生存状况,发起“帮帮小店”计划,切实帮助小店解决身边的困难。杭州花招公司是一家为店铺提供一站式商业服务的公司,和钱江晚报携手共同免费给小店做设计改形象。

首批参与的两家店,一家是美丽小方姐姐的摄影店,几十年的传承造就了小姐姐的好手艺,但是店面也保持着过去的风貌,难以吸引年轻人的关注。另外一家,是复古风格的巧红姐的理发店,她想把钱江晚报对小店的报道放在店门口展览,美观且实用。

几易其稿,设计方案终于出炉。

漂亮小姐姐的摄影店:
设计方案好高级,就是我喜欢样子

花招设计师李爽璟承担了这两家小店的改造任务。

她给出的摄影小店方案效果图,记者一看就有种被惊艳到的感觉。

我们做了几张小方摄影店的前后对比图,大家一起来看一看改变大不大。

“门口的摄像机用了模型,里面藏有投影,可以在地面投射店铺的logo。玻璃和金属拼接使用,

门头上面部分,有一米四出挑,上面有photo字母。为了让招牌和玻璃有衔接和一体化的效果,我们用字母变换,材质是发光字和金属,金属的材质更简约大气。门口大面积的玻璃,可以让路人很快看到摄影店业态。”李爽璟解释说,内部设计把两个空间合二为一,门口的办公桌延伸到内部,形成整条工作台。

设计上的巧思还有不少。

首先,把摄影工作展示出来,客人进门就可以看到摄影幕布,不用时幕布向上卷起,背景墙会露出logo。

其次,进门左手边是一字形工作台,满足店主的工作生活需求。靠近玻璃门的工作台位置是待客区,配备了茶水以及收纳区域,可以收纳客人用的东西。

细节方面,考虑到客人中老人居多,储物柜采取了曲面设计。

“客人休息墙后面是化妆间和衣物选取区域。考虑到店铺层高比较高,我们采取了两层的形式。工作台最里面,配备了洗手池和冰箱,上面是大面积的储物柜,也呼应了门头的字体设计。”李爽璟说。

店主小方看过设计方案后觉得很满意:“就是我想要的样子,高级。”

小姐姐说,花招公司让她去公司一起确定细化方案,“我觉得能把空间利用起来,又时尚,真的很开心。”

巧红姐的理发店:
4种风格的展览架都喜欢,选择犹豫症要犯了

巧红姐的理发店,风格很复古。

对于钱江晚报的报道展览怎么设计,李爽璟也有自己的想法。

她设计了四张不同样子的展架。

“这四张展架用了梳子的元素,是实物的不同变换形式,结合报社报道的汇总进行排版展示。”本来,李爽璟还设计了剪刀原形进行展示,但最后她更推荐梳子,“因为更加柔和”。

店主巧红姐还在四张设计图中犹豫,有时候选择太多也容易犯难,“我觉得都挺好看的,太难选了。”

最终巧红姐和花招公司约定,下周一起去公司选定设计方案。

“帮助小店设计门面换个形象,是一件很有意义的事情。”花招工作人员说。

本报记者 章然

