

## 精滄廚衛 您廚房の好幫手

# 林佳宜 為顧客打造夢想中的廚房

文／洪詩茵 攝影／陳建宏 部分圖片／精滄廚衛 FB 粉絲專頁（Takara Standard 日本珐瑯廚具 - 桃園展示中心）

在桃園市龜山區經營精滄廚衛生活館邁向第 15 年，闆娘林佳宜從最初人生地不熟，到如今累積一群忠實顧客，以 Takara Standard 日本珐瑯廚具於疫情期間打響知名度，從無到有的她，秉持「幫客人完成夢想，也是我自己的夢想」



精滄廚衛闆娘林佳宜小姐 分享經營廚衛館的理念。

深耕服務，落實客製化，依據需求為顧客量身打造夢想中的廚房。

### 待人著想 熱心提供客製化協助

商科背景的林佳宜（她透露顧客都喜歡稱她「林姐」）原本協助家人經營廚衛相關業務，2010 年自行獨立創業，因緣巧合下在龜山區南上路落地創業，從零開始的她，深知萬事起頭難，受家人資助創業，她告訴自己只許成功不許失敗，「最初半年都是靠夾報來建立社區知名度，還記得剛開業的時候，有顧客來詢問 A 牌的熱水器，我基於好物推薦的心態，介紹了 B 牌熱水器，卻被質疑想多賺利潤，剛聽到真的很難過，其實 A 牌的利潤還比較高呢！我始終堅持，本著誠信推薦好產品，決不會受利潤或品牌影響，也是因為這樣誠信的態度，漸漸地做出口碑，越來越多回頭客與轉介客上門，慢慢在地方站穩腳步。」

在周圍四、五家同類型廚衛館環伺下，精滄廚衛如何脫穎而出？林佳宜略微思考一下笑著說：「可

能是因為我雞婆的性格吧！」著名網紅 1620 夫妻生活、那對夫妻，與柚智夫妻…等也是因為林姐「替顧客著想」的那份心意，吸引了他們，放心地交給精滄廚衛來服務。另外林姐也會替顧客將新舊廚具融合，保留原本部分的設備或器材，

這是需要一些技術層面的搭配。面對這類的需求，多數店家都是一口回絕，但她卻願意提出協助，花時間與顧客溝通許多細節，規劃如何物盡其用，甚至幫忙想辦法精省費用。

林佳宜也分享，精滄廚衛剛成立的時候，沒有參與過施工現場的她，為了提升自身專業，整整一年時間，只要有案件，她就會到現場觀摩師傅的安裝工法，唯有對施工現場的清楚掌握，才能夠在與顧客溝通專案



精滄廚衛店內展示空間，以 Takara Standard 日本珐瑯廚具為主。



Takara 日本珫瑯廚具擁有好清理、無異味及可磁力吸附的特性，外觀整潔俐落。

能夠配合磁鐵收納，使用上非常方便，又不會留有任何痕跡。」

不過，剛開始接觸 Takara 代理商時，對方非常冷淡，整整一年時間都沒有回應，因精塗廚衛地點所在並非大城市，但她選擇主動出擊，透過關係與對方業務洽

談，討論起來更為專業，更能針對需求給出建議。

她不僅重視也落實客製化，面對顧客，她只重視客人「要與不要」、「想或不想」，而不會給客人「行或不行」的回答。「曾經有師傅生氣地說『妳的一句話，我們就要幫客人做很多、想很多！』，我的回答是『不要侷限在這不行、那不行，辦法都是人想出來的！』」

## 經銷日本品牌珫瑯廚具 Takara

成立四、五年之後，林佳宜有了改變的想法，「台灣廚具都是由師傅組裝板材而成，在木頭的外表烤漆下，外表的確美觀，但在清潔與整理上卻不是那麼輕省。我想做的是不一樣的廚具，從使用者的角度，尋找真正好用的廚具，日本 Takara 珫瑯廚具就是我理想中的好廚具，具備好整理、無異味、磁力吸附功能等三大優勢，抹布輕輕一擦就能去除油污，由於沒有毛細孔，櫃子不會有異味，也不易有蟑螂躲藏，同時，因為其材質為鐵、鋁等金屬表面噴塗玻璃質釉料，以高溫燒製而成，

談經銷事宜，最後爭取到一套擺樣，發展至今，店內半數以上的樣品都是 Takara 廚具。

林佳宜分享經銷 Takara 廚具的過程，由於日本廚具都是定規產品，安裝時不一定能配合環境，為了讓 Takara 廚具能夠配合環境，他們會將日本廚具及台式廚具做合併設計，以適應環境，達到客製化的目標。最初，他們需要邀請 Takara 代理商的日系師傅才能完成安裝作業，為了落實客製化，精塗廚衛花費整整 4 年的時間，慢慢培養出一組可負責 Takara 廚具安裝的師傅，更擁有自家水電工班，她說：「只有培養自家師傅，才能落實售後服務！」重視顧客服務的她，堅持提供全台唯一「櫥櫃、電器全三年保固」，站在顧客立場，給予最貼近需求的服務。



Takara 廚具磁力吸附的特性非常方便收納。



可將 Takara 廚具當留言板，輕鬆一擦完全不留痕跡。

## 與網紅配合 疫情期間業績大爆發

談到精塗 Takara 日本珐瑯廚具聲名大噪的源起，林佳宜坦言，是因為網紅 1620 夫妻生活的一篇開箱文（影片），「當時網紅 1620 夫妻生活為了新家的廚房設備，已經造訪過多家 Takara 的展間，但都沒有辦法解決問題、滿足需求，直到來到精塗廚衛，『在與林姐的專業洽談下，彼此合作的緣分就此展開！』這篇開箱文讓 Takara 日式珐瑯廚具爆紅，許多粉絲紛紛敲碗詢問，也讓 1620 夫妻生活決定拍一系列三集的廚房介紹影片。這三集影片在疫情前發佈上架，沒想到疫情之間剛好大家做菜需求大增，導致更換廚具的需求高漲，這幾支影片大爆紅，不僅我們店內生意在疫情期間大幅成長，週六店內參觀人潮絡繹不絕，Takara 珐瑯廚具更是名氣大增，引進台灣 20 年的業績竟抵不過疫情期間，讓日本原廠嘖嘖稱奇！」

★ 1620 × 精塗廚衛 廚房改造影片看這裡→

<https://www.facebook.com/1620vlog/videos/3031454347121255>

林佳宜進一步說明，Takara 日式珐瑯廚具非常耐用，在日本已有一百多年的歷史，有「三代廚具」的稱號，經歷過海嘯、海水倒灌沖刷的廚具，經清水沖洗過後，依然能夠如常使用，頂多發生滑軌



精塗廚衛座落在桃園市龜山區南上路。

不順的問題，但只要更換滑軌即可。她透露：「在決定經銷品牌廚具的過程中，也曾有其他品牌廚具三度造訪，因為我本身也是廚房的使用者，只想推薦並銷售最好的廚具給消費者，這也是我堅持經銷 Takara 廚具的原因。」

回顧一路走來的過程，林佳宜相信，「誠信」是執業根本，廚衛設備汰換率不高，加上 Takara 廚具非常耐用，未來他們勢必要開發新客源，與 1620 的緣分讓他們看見「網路行銷」的必要性，未來也將深耕著墨這個領域，希望能夠協助更多顧客擁有夢想中的廚房，「完成顧客心目中期待的廚房，讓顧客能夠享受愛下廚，又能享有輕鬆整理的廚房！是我們的初衷。」

## ● 訪談外一章 ~ 店貓「咪醬」的故事

訪談間，一隻小貓咪不斷穿梭在店鋪中，櫃台、桌面上，甚至大喇喇地走到鏡頭前趴下，彰顯自己的存在感。林佳宜笑著說，咪醬原本叫「小咪」，後來引進 Takara 日式廚具之後，他們決定給牠一個「很日本」的名字，這才改叫牠「咪醬」！

「其實我本來很怕貓的！」林佳宜分享咪醬來到店裡的故事，「『咪醬』現在是我們的店貓，也負責店內業績喔！牠在 8 年前自己來到店裡，最初只是小小一隻，躲在倉庫的角落，偶爾跑出來偷吃東西，原本我還以為是老鼠呢！剛開始咪醬總是躲著不出來，問過朋友後，我去買了貓砂、貓糧，每天投餵，但咪醬總是晚上才出來吃東西，後來兒子帶了一隻小狗到店內，咪醬跑出來和狗玩耍，我才有機會和牠面對面，整整投餵一年時間，咪醬才願意讓我接近，直到這二、三年，才這麼親近！」

「咪醬」可謂精塗的招財貓，就住在店裡，牠來到精塗的第一年，林佳宜初接觸 Takara 廚具；第二年店內擺上 Takara 廚具；直到現在，每當店內有客人，咪醬都會盡責地出來「坐檯」，曾經有客人笑著說：「牠這麼盡責，我不簽約也不行了！」

訪談結束後，當店門打開，咪醬宛若剛完成自己的職責，高高豎起尾巴走出店外…



林佳宜分享咪醬的故事，一人一貓間情感深厚。