



在城市匠心，每次的学习体验都是一次交朋友的过程，在学新技能的时候不会觉得枯燥，这种跟客人的亲密度，也是小店生存的法宝。



具，客户提需求，店里的师傅们来实现。“奇奇怪怪的订单很多，但我们的师傅的技术能够满足，定制订单也已经处于爆满的状态。”

加入到团队的老员工。“我们有员工毕业了就到店里来，之后怀孕生子，再次出来工作的时候又回到了店里，我们就像家人一样。”

小店留人靠温度

说起皮革体验，实际上是没有技术壁垒的。因此，拉里的城市匠心受欢迎后，市场上出现了许多同质的竞争者，其中不乏拿到了融资的品牌，大肆开疆拓土，攻占市场。拉里虽然没有接受风投，但也不得不参与其中，除了开出沪上多家连锁体验店外，还在浦东开了一个一百多平方米的工厂体验店。“但实际上这样的经营模式成本太高了，所以后来我们陆续闭店，最终又回归到了芮欧的这家小店，不过，我们把浦东前店后厂的模式保留了下来，变得比以前更受欢迎。”

在城市匠心，每次的学习体验都是一次交朋友的过程，在学新技能的时候不会觉得枯燥，这种跟客人的亲密度，也是小店生存的法宝。与客户建立亲密度说起来容易，但实际上应该怎么做呢？拉里在实践中探索出了一些窍门。

皮具的制作看上去简单，实际上零基础做成品的话还是有一定难度的。“看上去很简单的小包，至少也有20多个步骤，从裁剪到缝制，就像游戏打关一样。如果客人在制作过程中碰到难关了我们不去干预，那很可能他就知难而退了；但如果碰到困难我们马上干预，那么他的成就感就会打折扣。”拉里介绍，从设计课程开始，整个流程中客人在哪里会碰到问题，哪个环节可能会觉得累，都需要提前做预案，而什么步骤应该“不露痕迹”地帮助客人扫除困难，让客人“不经意”间完成一个作品，则是提高客户体验满意度的重要一环。“最终让客户做出一个比他想象中要好的作品。”

但如何在市场竞争中生存下来，这是拉里每天都在思考的问题。“现在来看，对于皮革体验这一行，盲目的扩张可能行不通，此次疫情过后，许多皮革手作店都闭店了，但幸好，我们过得还不错。”

客人制作皮具的过程也会有店员们拍照记录，“很多客人来体验皮具DIY不光是想做一个独一无二的包包，他也在朋

拉里很注重小店皮具设计的更新，尤其是根据客户的偏好设计原创独家的款式，“相对于时尚潮流，选择我们的客户更想要的，是独一无二，所以我们在款式更新上是比较频繁的”。小店里的产品都是自己设计自己售卖，店铺虽小，五脏俱全，最重要的原因，拉里归结为人。

城市匠心是不折不扣的小店经营，五十来个平方米的面积不仅陈列着各式各样的包具，还具备了“前店后厂”的功能，拥有客户体验区和皮皮定制区。摄影/周洁

“教学体验是一个很容易被复制的商业模式，但我们店里的员工在日复一日中积累的待客方式，制作皮具的技术，都是无法被简单复制的。”拉里的小店，加上他自己，有6名员工，其中不乏创业最初就

