## 點數大商機 聚微商業模式

## 大小老闆跨業引客 消費創新服務

刷信用卡可以集點、超商購物可以集點,「紅利集點」已成為現代人消費的附屬品,工研院結合辨識技術及發展跨體系紅利點數兌換平台,以聚微商業模式,推動服務流、資訊流、金流整合,導入創新服務,協助中小企業跨業合作,創新聚微商業模式。

整理/胡湘湘 照片提供/工研院

今任何消費模式都可以集點,消費者往往發現,集了一堆紅利積點,卻是「英雄無用武之地」,不是商家提供的贈品不喜歡,就是喜歡的贈品需要相當多的集點,「看得到,換不到」。為了解決此一問題,在經濟部技術處支持下,工研院結合辨識技術及發展跨

體系紅利點數兑換平台,以「大帶小」、「大對大」及「社 群網絡」聚微商業模式,推動服務流、資訊流、金流整 合,導入創新服務,協助中小企業跨業合作,創新聚微 商業模式。

工研院服務系統科技中心主任唐震寰表示,臺灣平



工研院日前舉行『大小老闆跨業引客消費創新服務』成果發表會,目前為止,已有包括小林眼鏡、臺南大億麗緻、長榮飯店、肯德基、奇士美、愛朵等 10 餘家通路業者參與,在全臺布建近 900 個服務據點。

均每10位消費者就有4位使用集點卡,每年透過卡片 交易的點數多達 22 億點,可見紅利積點對於刺激消費 的重要性。然而一般會員紅利積點兑換率都只有25~ 30%,如何運用會員紅利點數,讓異業結盟達到增加行 銷涌路、招攬新顧客的目的,是產業發展重點之一。

除此之外,跨業合作要有創新商業模式,才能有目 標、方向性的進行,這次透過中型連鎖體系/飯店業者 結合周邊微型店家、中型業者體系與體系間跨業合作、 都會商圈店家社群推薦,三種「大帶小」、「大對大」 及「社群網絡」聚微商業模式,也確實提升零售業跨業 合作效率,讓合作洽談時間,從原本的4~6個月,縮 短到 1 ~ 1.5 個月; 1 點的會員紅利點數,也能夠創造 4~5倍的消費金額。未來工研院會以所整合的服務流、 資訊流為基礎,更進一步整合金流,讓更多連鎖體系業 者與中小企業,共同參與創新服務及商業營運模式之驗 證。

## 突破異業結盟障礙 跨業紅利點數兌換平台展新局

工研院表示,為因應消費者的多元及便利的需求, 異業結盟合作是每家零售業者的期望,但往往因為消費 者要跨業消費時,在過程中,資訊無法串接,以及店家 彼此間的清算、核銷不易做到,成為異業結盟最大的困 難點。工研院透過辨識技術應用,發展出跨體系紅利點 數的兌換平台,解決零售業在跨業紅利優惠兑換的資訊 斷點,從而讓服務流、金流、物流能夠整合銜接。

工研院同時也運用臺灣零售市場熱絡的紅利積點, 讓消費者體驗創新消費服務,例如:小林眼鏡的會員, 可以在線上查詢紅利點數後,用紅利積點,到就近的麵 包店、茶飲等店家享受優惠,這樣適地、適時、點超所 值兑换多元商品,大大增加了會員的黏著度。

截至目前為止,已有包括小林眼鏡、臺南大億麗緻、 長榮飯店、肯德基、奇士美、愛朵等 10 餘家通路業者 參與,在全臺布建近 900 個服務據點。工研院日前舉行 「大小老闆跨業引客消費創新服務」成果發表會,希望 推廣更多連鎖體系業者與微型店家參與,以此模式協助 臺灣更多中小企業攜手開創商機。



工研院發展出跨體系紅利點數的兑換平台,解決零售業在跨業紅利 優惠兑換的資訊斷點,從而讓服務流、金流、物流能夠整合銜接。

透過發展跨體系紅利點數兑換平台,發揮「以大帶 小」的創新商業模式,也讓連鎖店的客戶黏著度更高。

以小林眼鏡為例,其全省 226 家門市透過此跨業合 作創新商業模式,與門市周邊的57家微型店家,建立 跨業紅利優惠兑換模式,小林眼鏡會員可在門市查詢點 數並兑換小林眼鏡/周邊店家優惠。會員亦可藉由小林 眼鏡會員回娘家活動簡訊,連結到電子會員平台,將實 體會員卡轉換為電子會員卡,再於線上做紅利點數跨業 商品優惠查詢及兑換,透過科技應用及線上、實體整合, 增加會員紅利點數兑換率,不僅帶動門市營收成長,小 林眼鏡會員也因為有更多元兑換選擇,而更有效的使用 紅利點數。

小林眼鏡總經理朱慶忠就表示,透過結合行動裝置 做適地、適時行銷,又可虛實整合,是零售業廠商所樂 見,小林眼鏡未來還會大力支持及參與。

工研院表示,臺灣服務業中的中小企業將近有 100 萬家,占整體產業家數的比重高達 97%,雖然營收僅占 有整體服務業的 3 成,但就業人口數卻占約 67%,顯見 其為創造就業的有效引擎,因此將中型及小型國內零售 業結合,發展多元通路整合管理、以異業結盟的合作取 代單打獨鬥、有效管理與分析更多消費者資訊,藉由服 務設計與 ICT 技術發展跨業創新服務、提升附加價值, 協助中小型業者優化產業價值鏈與產業結構,是經濟部 技術處推動服務業發展的重要目標。

■