

快取寶行銷企劃書



組別：第七組

指導老師：楊維珍老師

組長：簡佳樺 4A360064

組員：洪琦純 4A360031

吳佩真 4A360083

張雅雯 4A360085

目錄

一、執行摘要

壹、簡介

貳、機會

參、商業概念

肆、產業綜述

伍、目標市場

陸、競爭優勢

柒、管理綜述

捌、財務重點

二、組織與定位

壹、組織

貳、定位

參、目標與願景

三、行銷策略

四、市場行銷

壹、競爭

貳、顧客

參、促銷策略

五、營運計畫

一、執行摘要

簡介

簡要說明公司業務(商品/服務、顧客價值) 以台灣技術引領全球潮流為先，結合行動購物、實體通路、創新科技打造革新性智能無人商店通路【快取寶】，線上通路整合多元平台、商品與服務，線下通路佈建深入社區商辦與交通便利處，從雙北出發，持續朝全台與國際其他城市發展，推動更便利、更省時、高品質的未來生活。提供高品質生鮮、熟食料理類、生活用品、美妝保養、寵物類相關 ...等等，未來將有更多優質商品進駐，透過快取寶官方網站、專屬 APP、實體門市皆可享有訂購、取貨、宅配等優質服務。

機會

商品具有的潛力(何以人家會買?市場在哪裡?比競爭對手更具有優勢的地方?)

- 快取寶提供創新的**線上購物、門市取貨服務**，可以下載**快取寶 APP** 或上**快取寶官方購物商城**選購喜愛商品，亦可直接到**快取寶門市**螢幕直接點購，快取寶專業物流團隊會為消費者恆溫配送至消費者指定的快取門市，冷藏、冷凍、常溫商品分層保存，等待消費者取貨。現在，除了**宅配**，透過快取寶，*消費者可依據生活作息與地點，隨處購買、開心取貨。*
- 以**地點**來說，目前拓點策略主攻捷運站內及住家大樓，可以想像下班趕時間的職業婦女輕鬆買好食材回家烹飪，或是深夜嘴饞懶得跑遠，不用出社區就能買食物。

以**運送時間**來說，一般超商寄送時間至少要兩個工作天，也就是需要第三天才能收貨，而快取寶若在下午 15：00 前訂購，就可以在隔天上午 8：00 前收到。

商業概念

產品的特色 使用的功效

包裹寄送到指定地點的儲物櫃後，消費者在依照簡訊上頭的密碼操作，打開櫃就能取貨像是大型的販賣機又不只是販賣機，櫃子有分常溫、冷凍、冷藏櫃，三種不同溫層讓消費者在上網選購時各個溫層都可以做訂購。

產業綜述

市產的潛力

- ✚ 分享經濟的概念，超商據點少的偏遠地區就可以由儲物櫃來補足
- ✚ 大台北交通緊密結合，街邊店面多半不是鬧區，大馬路租金成本大幅降低，加上無人商店更不需要人力成本
- ✚ 根據 2015 經濟部統計台灣電子商務營業額高達 2167 億元，7 成都是由宅配寄送，低溫配送的商家有限。

目標市場

快取寶團隊原先認為快取寶最大的客群，會是 20~30 歲的網路原住民。但透過「社區大使」分析現有實體門市的用戶分布之後，結果卻顯示 30~40 歲媽媽們，才是快取寶最大的用戶。20~30 歲與 40~50 歲的用戶比例相當，這次調查，也讓快取寶除了積極在台北捷運等交通要點拓點之外，也分別深入社區以及商辦大樓，服務家庭主婦與女性上班族。

競爭優勢

無人商店，能像使用自助販賣區那樣「現購現取」，在店內透過大螢幕看商品型錄或下載 APP、完成線上購物。宅配的商品今天訂明天到，再自己到店內的「櫃位」輸入取貨碼、完成取貨，一切全自助，線上、線下購物「一店完成」，搭乘捷運通勤的民眾能在下班之餘快速消費及取貨，並提供常溫、冷藏、冷凍三種不同溫度的櫃位。

管理綜述

經營團隊

富利安集團率先建立挑戰嚴苛食安標準兼具工業化 SOP 烹煮流程的阿旺獅食品廠，為台北市目前唯一取得冷凍食品執照的製作工廠，為集團生鮮、冷凍、熟食自有商品的研發生產主力戰將，並陸續深耕微型食品工廠培育，以及 B2B 各式餐飲原料業務供應等餐飲領域。接續結合智慧整合感控系統(Cyber-Physical System, C P S)及物聯網(Internet of Things, IoT)，研創新型態的購物自助取貨服務，讓使用者經由手持行動裝置、電子商務平台、門市智能櫃體設備等訂購商品，再到選取門市提取貨品或直接購買的商務模式，整合實體與虛擬通路事業經營為核心的快取寶有限公司，以及專注資訊軟硬體系統開發與

整合的家寧智慧生活科技有限公司，家寧更肩負著人工智慧研發的重要任務；昕世界管理顧問有限公司主導品牌定位與策略、大數據洞察、市場行銷，創造有溫度、有感度的消費者體驗。集團與緯登自動化設備股份有限公司深度合作，交付快取寶展店與維運工程，捷達倉儲物流有限公司則以快取寶商模為依歸，建構效能、效率、品質第一的自動化倉儲與物流車隊，同時為商模中微倉儲、微物流的運行團隊，完整富利安集團拼圖。

財務重點

獲利關鍵

- 1.要吸引消費者線上購物，先思考線下消費習慣
- 2.面對面互動，更了解目標族群消費習慣
- 3.加強生鮮品質控管，同時開發多品項

發展

未來拓展洗衣、包裹收送、快照機與自販機整合等多元社區服務，完整深入生活的行動購物最後一哩路，創造樓上購物，樓下取貨，時間更自由，生活更有品質

二、組織與定位

組織

創辦理念與價值

因追求讓科技創造愛的永遠伴隨的目標，而創立富利安股份有限公司。以台灣技術引領全球潮流為先，結合行動購物、實體通路、創新科技打造革新性智能無人商店通路【快取寶】，線上通路整合多元平台、商品與服務，線下通路佈建深入社區商辦與交通便利處，從雙北出發，持續朝全台與國際其他城市發展，推動更便利、更省時、高品質的未來生活，以推廣新型態的電子商務，串聯購物、取貨新模式，為人們打造更便捷的生活。

規模

北捷全線全面站點(117 站)

員工人數 **110** 人，總資本額為 **40,000,000** 元

定位

「快取寶」提供的「24 小時 O2O 無人商店」，說是商店，其實是由數個常溫、冷藏與冷凍櫃位，以及一個 32 吋大螢幕與刷卡裝置組合而成的「消費區」，目前已經在台北九個捷運站設點，除了捷運站外，在一般的社區、商辦大樓或是獨立門市也能看到它的蹤跡。目前已經約有 100 個快取寶無人商店遍及臺北。

目標與願景

目標

快取寶的目標是在兩年半內在大台北地區建置 4000 個據點，目前也已經在嘉義進行測試，打算一步步往南走，甚至中國和馬來西亞都已經在長期計畫之內。此外，他們也正在和一些新建案洽談，計畫將快取寶櫃位設置在大樓內。未來民眾如果要取貨，就跟走下樓到信箱收信一樣方便。

願景

快取寶最大願景是滿足大眾的食衣住行育樂

肚子餓時想到快取寶

佳節送禮想到快取寶

難過時有快取寶療癒

開心時有快取寶同歡

快取寶是你我共同的生活智慧小管家

三、行銷策略

行銷方案 1

網路紅人 行銷策略

在網路當道的時代，人們的價值觀與消費模式隨之漸漸改變；伴隨著社群媒體平台的興起，屬於「網路紅人」的時代也漸漸來臨。

代言人選－蔡阿嘎

- 2008 年起，在部落格上傳以愛臺灣為主題的時事議題影片、搞笑影片而聞名。
- 2014 年達成 Facebook 百萬粉絲
- Youtube 頻道百萬訂閱、
Youtube 頻道點閱人次破億等紀錄。

行銷手法原由

- 有龐大粉絲量 接觸年輕族群 就靠這口味

找網路紅人合作拍片最主要的原因還是看中網路紅人的傳播效益，希望讓他們背後龐大的粉絲群看見品牌，觀察蔡阿嘎這幾部和品牌合作的影片，在 YouTube 上瀏覽次數都是 10 萬起跳，對品牌來說，不用花太多的錢，就能得到不錯的效果，自然會有興趣。搞笑輕鬆幽默的方式能抓住許多人的目光，讓品牌借助他的影響力，成為品牌在網路上的最佳代言人。

行銷方案 2

舉辦試吃大會

將快取寶網路平台中的小教室實體化來做宣傳活動

代言人選－阿基師

- 歷各知名飯店主廚，獲獎頗多
專長：中式、粵菜、台灣料理

行銷手法原由

阿基師在廚藝界的名聲非常好，在電視上也有型男大主廚的節目，不但可以提高快取寶的知名度，也可以讓大家吃得更安心更有保障。一方面可以做美味的食物給大家吃，一方面可以在現場教學，一來可以吸引到上班族們，二來可以吸引家庭主婦們一同參與學習，有別於以往使用微波快速的便利商店，快取寶堅持品質並迅速新鮮食材當日現做。以此方式增加宣傳速度。

四、市場行銷

競爭

	快取寶	黑貓						
商標								
營業時間	24 小時	8:00-20:00						
運費	<p>【快取寶門市取貨】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 購買同一溫層商品滿 399 元免運，未滿 399 元，常溫商品將加收 100 元運費，冷凍/冷藏商品均加收 100 元運費，若有運費折扣活動，則以活動期間在網站/APP/快取寶上公告的運費計算規則為準 2. 不定期推出免運活動 <p>【宅配】</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 購買同一溫層商品滿 990 元免運，未滿 990 元，常溫商品將加收 100 元運費，冷凍/冷藏商品均加收 180 元運費 	120 元以上						
送達時間	今天 15:00 前結帳，明日到貨；超過 15:00 結帳則為後天到貨	<p>本島互寄、本島寄往離島</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>寄件時間</th> <th>送達時間</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>0 點-17 點</td> <td>隔日 8 點-20 點</td> </tr> <tr> <td>17 點-24 點</td> <td>後天 8 點-20 點</td> </tr> </tbody> </table>	寄件時間	送達時間	0 點-17 點	隔日 8 點-20 點	17 點-24 點	後天 8 點-20 點
寄件時間	送達時間							
0 點-17 點	隔日 8 點-20 點							
17 點-24 點	後天 8 點-20 點							
配送地點	大台北地區、嘉義縣市東區	離島						
配送方式	門市取貨、宅配	宅配						
貨品限制	無	常溫包裹物品尺寸超過 150 公分或重量超過 20 公斤。 低溫包裹物品尺寸超過 120 公分或重量超過 20 公斤。						

顧客

以日常用品、美妝用品來說，主要是以學生族群為主，生鮮蔬果、快煮鮮食是以上班族群為主，而美味熟食、民生用品則是以家庭主婦為主要客群。

促銷策略

以現代人常訪問的網站，例如 Facebook、Instagram 等社群網站，有針對性地進行產品信息的發佈和傳播。

五、營運計畫

電子商務多了一個 O to O 趨勢 **Online to Offline** 意思就是電子商務結合實體商務，在白話一點就是在網路上面來做購物，購物之後在現下取得商品，舉例來說：知名訂房網站 airbnb Uber 叫車 APP，在線上做叫車的服務，實際上是真的開車來接你。食材都是跟農民合作，每個田地都有產銷履歷的證明，可以從產銷履歷中知道這顆高麗菜是誰種的、什麼時候播種、什麼時候施肥，甚至有沒有灑藥，以及土地的資訊在哪做過加工，都會有詳細的記載，經過包裝後，會由貨車運送至中央廚房進行食材清洗的過程，由廚房阿姨將清洗過後的蔬菜進行配料、拼裝，包裝後的商品會由貨車夜間配送至指定地點。