

小微企業

數位轉型路徑一點通

• 亮點案例 • 數位工具大解析 • 產業轉型路徑指南



File	01	前言 教材與計畫服務使用流程	P.02	Link >
File	02	小微企業數位轉型路徑	P.03	Link >
File	03	依產業找到適合的數位工具	P.04	Link >
File	04	數位工具功能與帶來的效益說明	P.08	Link >
File	05	亮點場域與亮點案例說明	P.44	Link >
File	06	附件	P.67	Link >



餐飲業

catering industry

單一小微企業



零售業

retail industry

單一小微企業



其它服務業

other service industry

單一小微企業

邁出數位轉型 第一步

開始前，讓我們先想一想
自己想改善什麼問題？

POINT 01 營運面：

怎麼做能更有效率？

POINT 02 顧客面：

怎麼讓顧客體驗更好？

POINT 03 行銷面：

怎麼讓更多人知道我的店？

運用教材 找出適合的工具

根據自己的行業別

- 餐飲業
- 零售業
- 其他服務業

以及想改善的問題，
透過教材的轉型路徑圖，
找出適合的數位工具

撥打計畫 服務專線

中小企業總會：
(02)2366-0812

雲世代小微計畫小組

轉介合適 輔導單位

運用教材 討論系統功能

取得數位工具 執行解決方案

選好一個最想改變的面向！



小微企業數位轉型路徑

The Path to Digital Transformation

返回目錄

Q 想吸引不同消費客群?

Q 怎麼吸引網路消費者?

Q 花錢投廣告卻沒效果

Q 不知道顧客喜歡什麼

Q 人手不夠營運效率低

Q 人工作業總是出錯

Q 系統資訊無法串聯

Q 無法即時做決策



STEP 01

增加營收

運用線上管道
觸及數位消費者

電商平台、數位行銷、
線上點餐/銷售/預約系統

STEP 02

增加會員

透過O2O服務掌握
顧客需求精準行銷

Line@串聯線上點餐/銷售/
預約系統、會員行銷系統

STEP 03

降低成本

使用營運管理系統
節省服務成本

庫存管理系統、人事系統、
財務會計系統

STEP 04

提升效率

系統整合與數據
分析提升管理效率

資訊整合平台、統計分析系統





餐飲業

catering industry

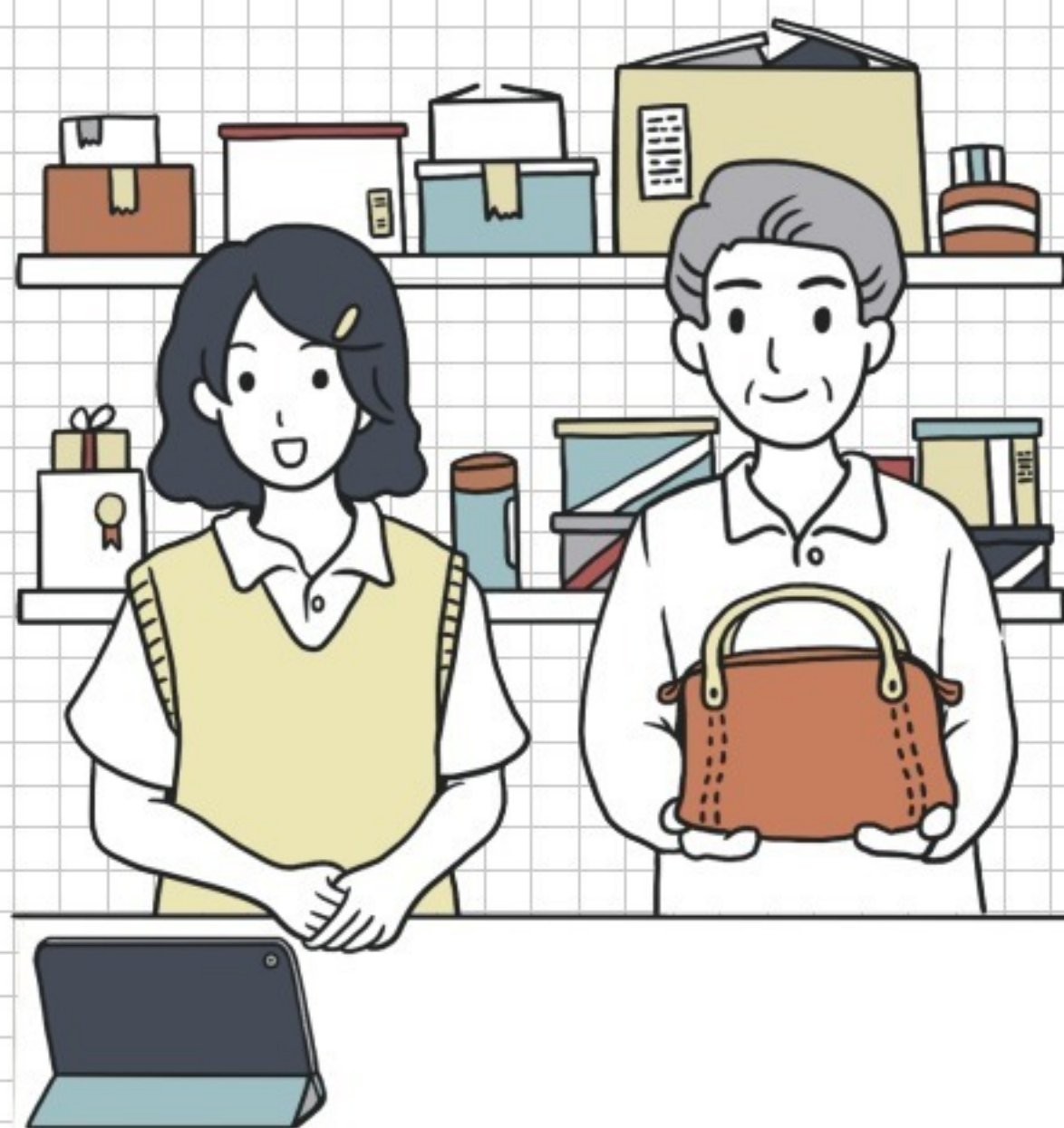


CHECK



零售業

retail industry

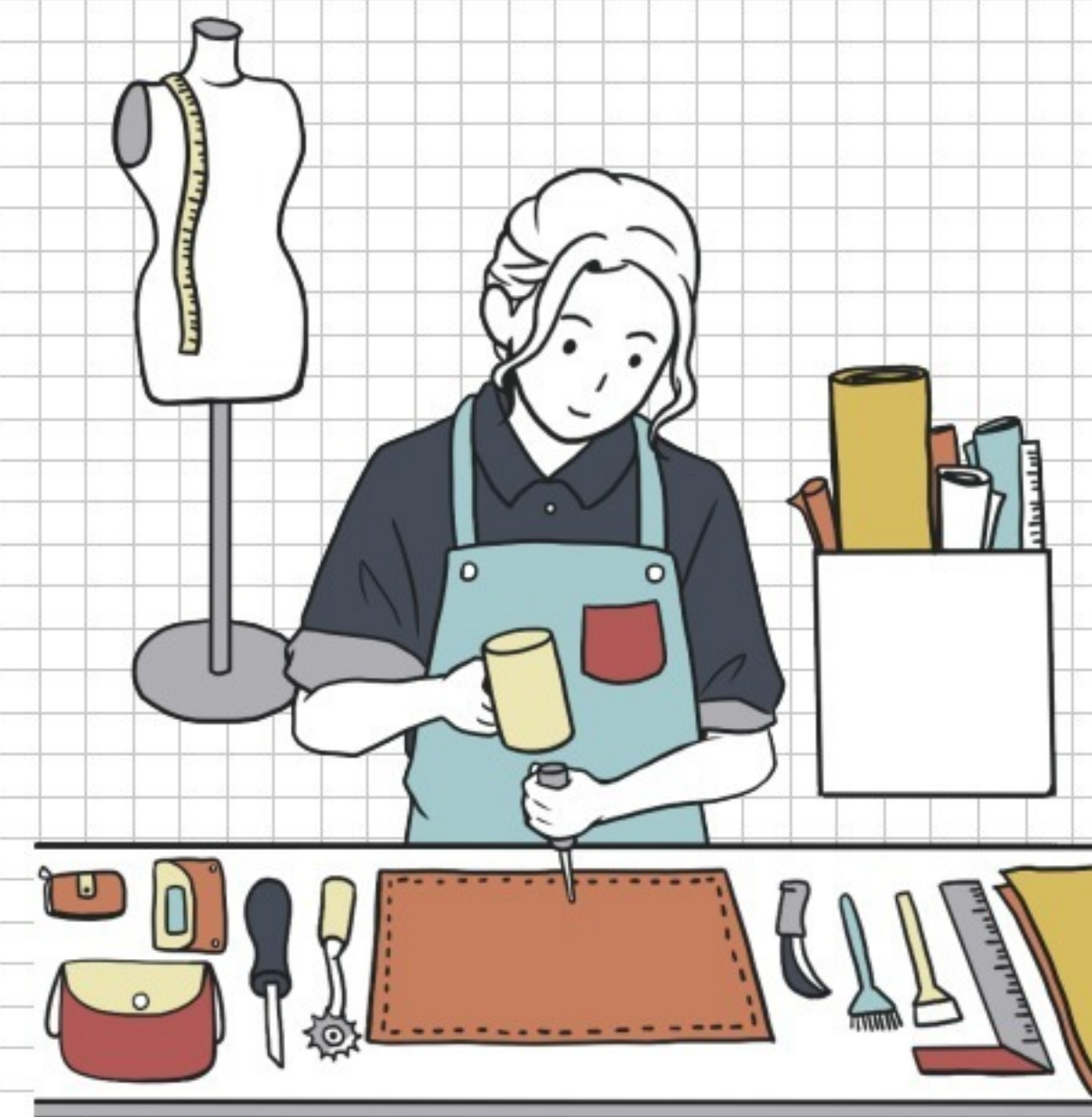


CHECK



其它服務業

other service industry



CHECK



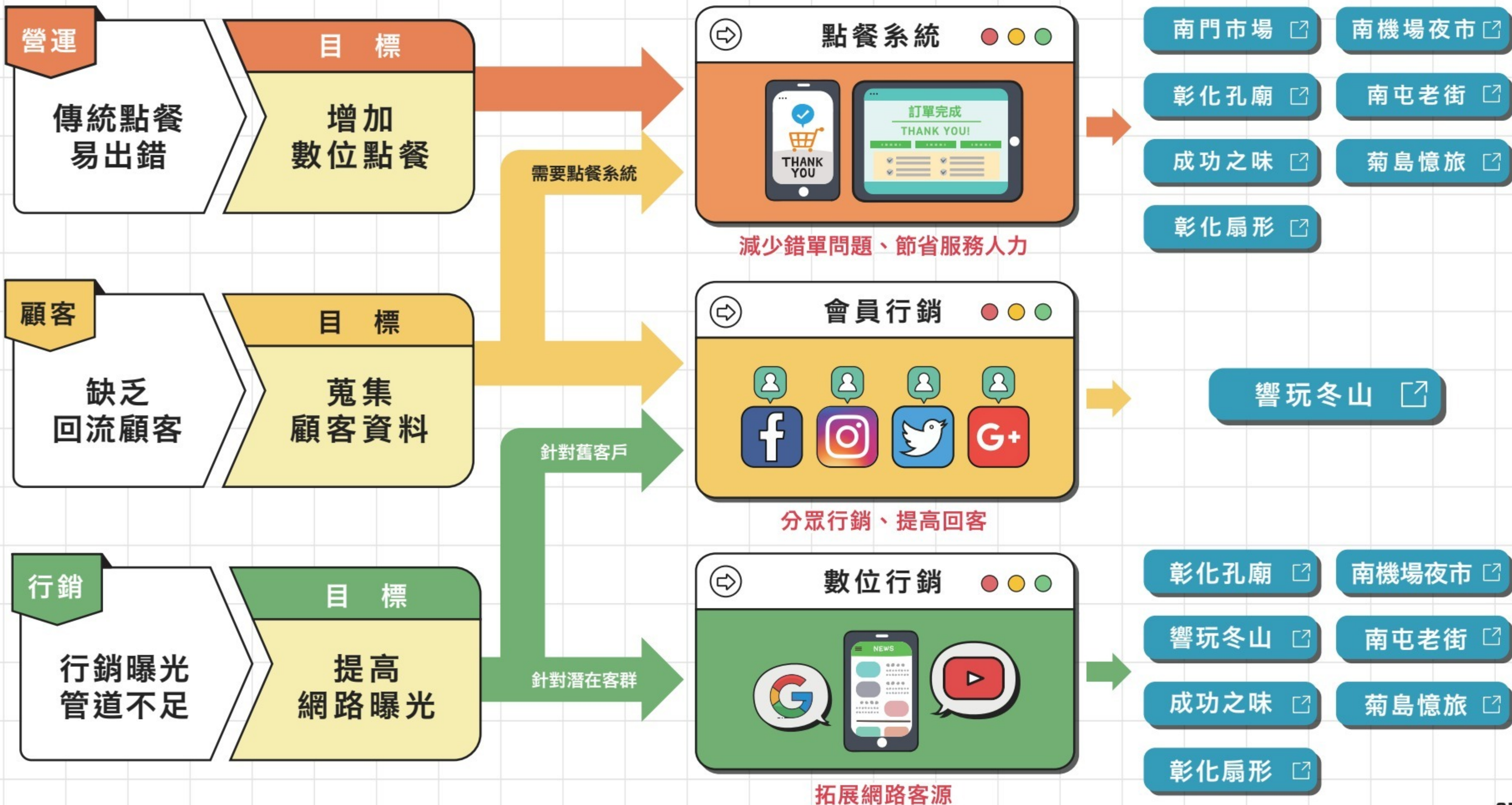


本計畫小微產業 - 餐飲業數位轉型路徑



可點擊【工具】及【標竿案例】之下方欄位
以便了解系統功能說明及各案例的轉型過程

返回產業別

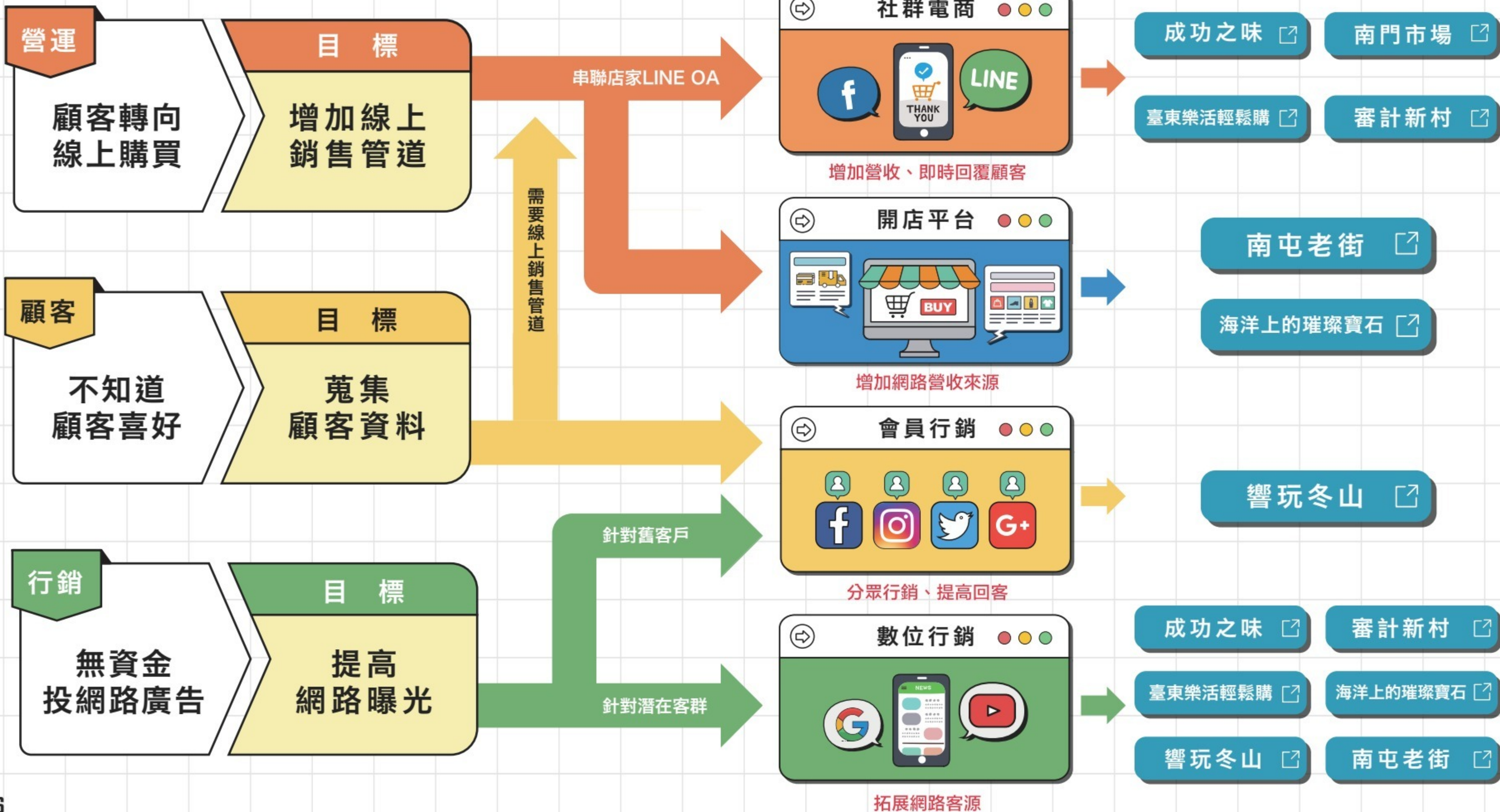


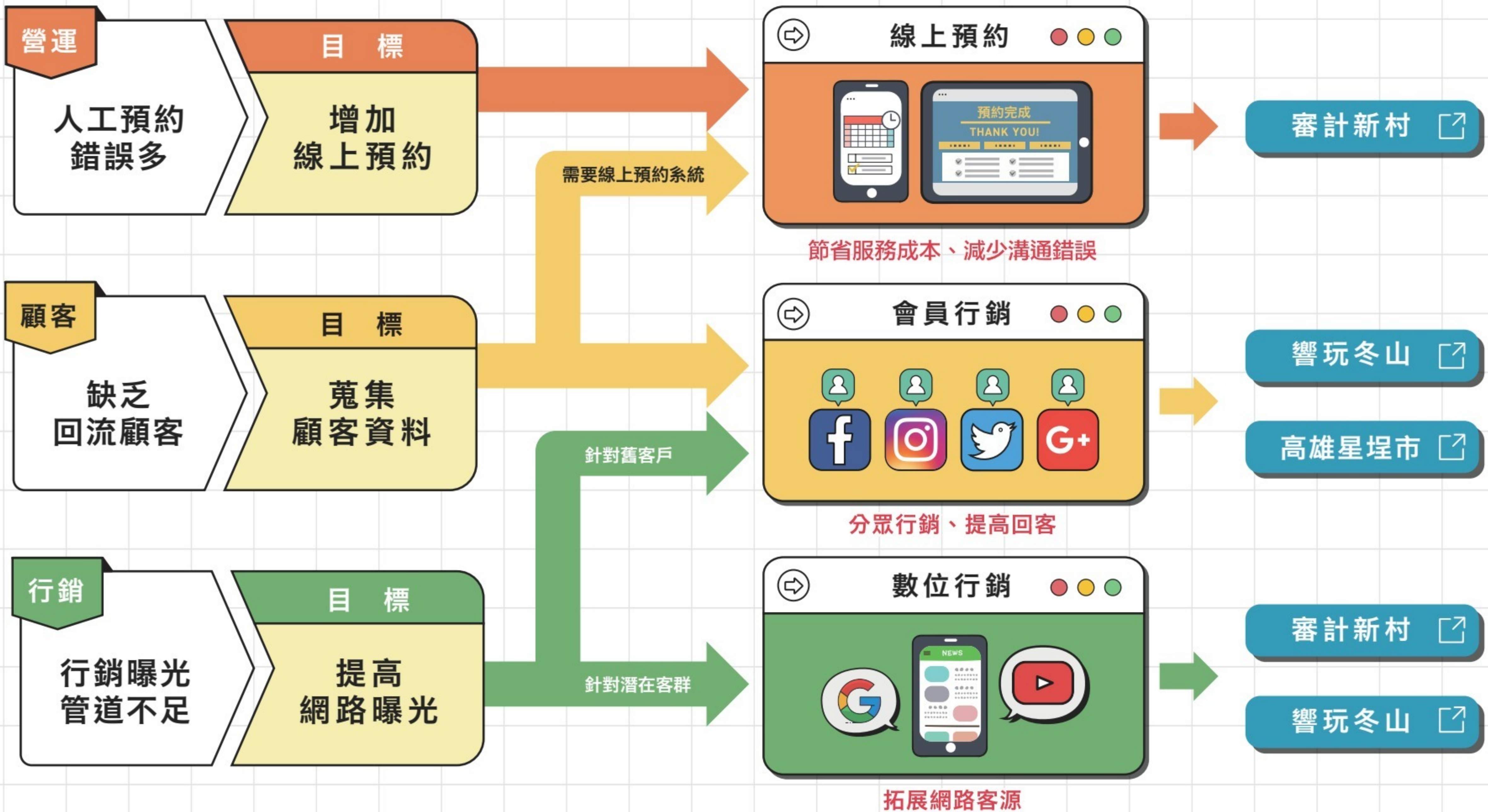


本計畫小微產業 - 零售業數位轉型路徑



可點擊【工具】及【標竿案例】之下方欄位
以便了解系統功能說明及各案例的轉型過程





社群電商

Teaching Material



可點擊【系統功能】的功能名稱
能更進一步觀看各功能的導入效益



返回產業別

STEP
01

產業別

餐飲業



零售業

其它服務業

STEP
02

面臨問題

營運管理



顧客管理

行銷工具

說明問題

- 🔍 傳統銷售無法掌握顧客來源和喜好
- 🔍 顧客消費習慣改變，轉向線上購買
- 🔍 建立Line社群團購，卻手忙腳亂

選擇工具

01

社群電商

系統功能 🔍

串聯社群

將Line官方帳號
轉型為商城

商店管理

設定商店形象吸
引消費者

線上訂購

不受時間的限制
24小時接單

商品雲端建檔

快速將商品分類
建檔

會員行銷

針對會員的喜好
推行個人化優惠

銷售報表管理

即時掌握銷售與
庫存的數據

POINT

串聯社群 🔍

POINT
01

將 Line官方帳號的粉絲轉為**店家會員**，掌握顧客購買資訊，創造回購

POINT
02

顧客可直接在**Line視窗完成訂購**，不需要另外下載App、註冊會員、掃描 QR code至其他電商平台

POINT
03

Line OA就是店家的**客服小幫手**，可將回應模式設定為聊天機器人，即時處理大量重複性的問題

POINT
04

Line就是**顧客的會員卡**，簡化註冊流程，店家也可運用Line的會員標籤功能進行**分眾行銷**

平台畫面 **顧客端**



平台畫面 **店家端**



POINT

商店管理 🔍

平台畫面 顧客端

平台畫面 店家端

POINT 01

由店家自行設定**商店形象頁面**，吸引消費者進入商城選購

POINT 02

當店家出餐時間、外送金額/品項/距離調整時，可從後台即時變更，以**即時通知顧客異動資訊**

POINT 03

可設定顧客下單後的自動回應訊息，以減少回應之人力成本



POINT

線上訂購 🔍

POINT
01

不受營業時間限制，24小時都能交易或預約，**節省顧客購買時間**

POINT
02

無地域限制，因此可在任何一個地區拓展**新的銷售管道**

POINT
03

由顧客自行至平台訂購商品服務，**減少客服人力成本**

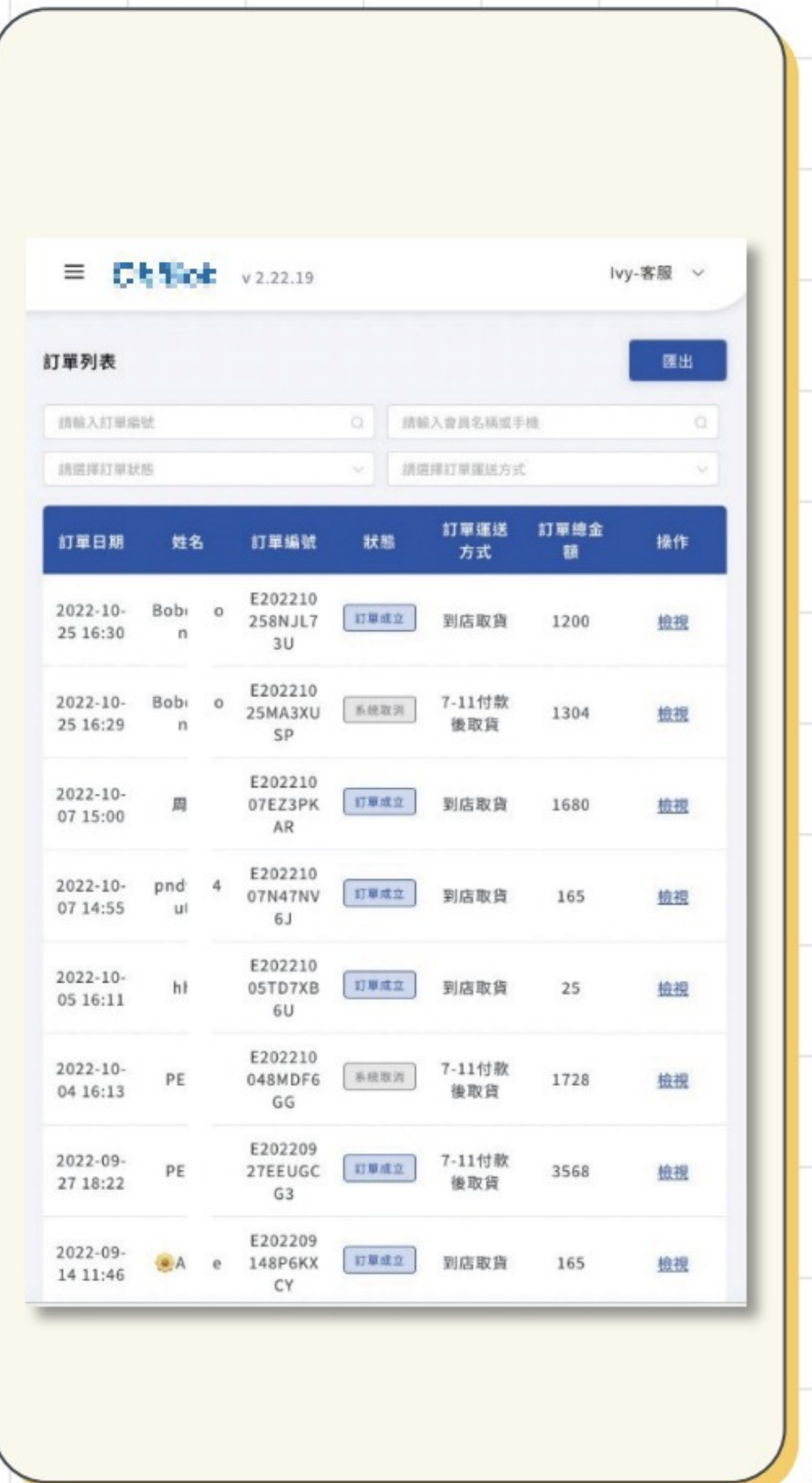
POINT
04

因應年輕族群線上購買習慣，**可接觸不同顧客群**

平台畫面 **顧客端**



平台畫面 **店家端**



POINT

商品雲端建檔 🔍

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端

POINT 01

支援將現有商品資料匯入於電商平台上快速建檔並分類

POINT 02

可隨時調整商品資料、商品折扣與優惠組合等

POINT 03

無空間限制下，可向顧客展示更多商品

POINT 04

商品管理較傳統紙本作法更有效率



POINT

會員行銷 🔍

POINT
01

自動**蒐集顧客消費資料**，以做為未來精準行銷之參考

POINT
02

可運用**多種行銷模組**，如集點/優惠券/紅利/生日禮等方式吸引顧客再次消費

POINT
03

可透過EDM、簡訊等方式進行**行銷資訊推播**

POINT
04

可針對顧客歷史消費紀錄，根據喜好推出個人化促銷活動，達到**精準行銷**

平台畫面 顧客端



平台畫面 店家端



POINT

銷售報表管理 🔍

平台畫面

店家端

POINT
01

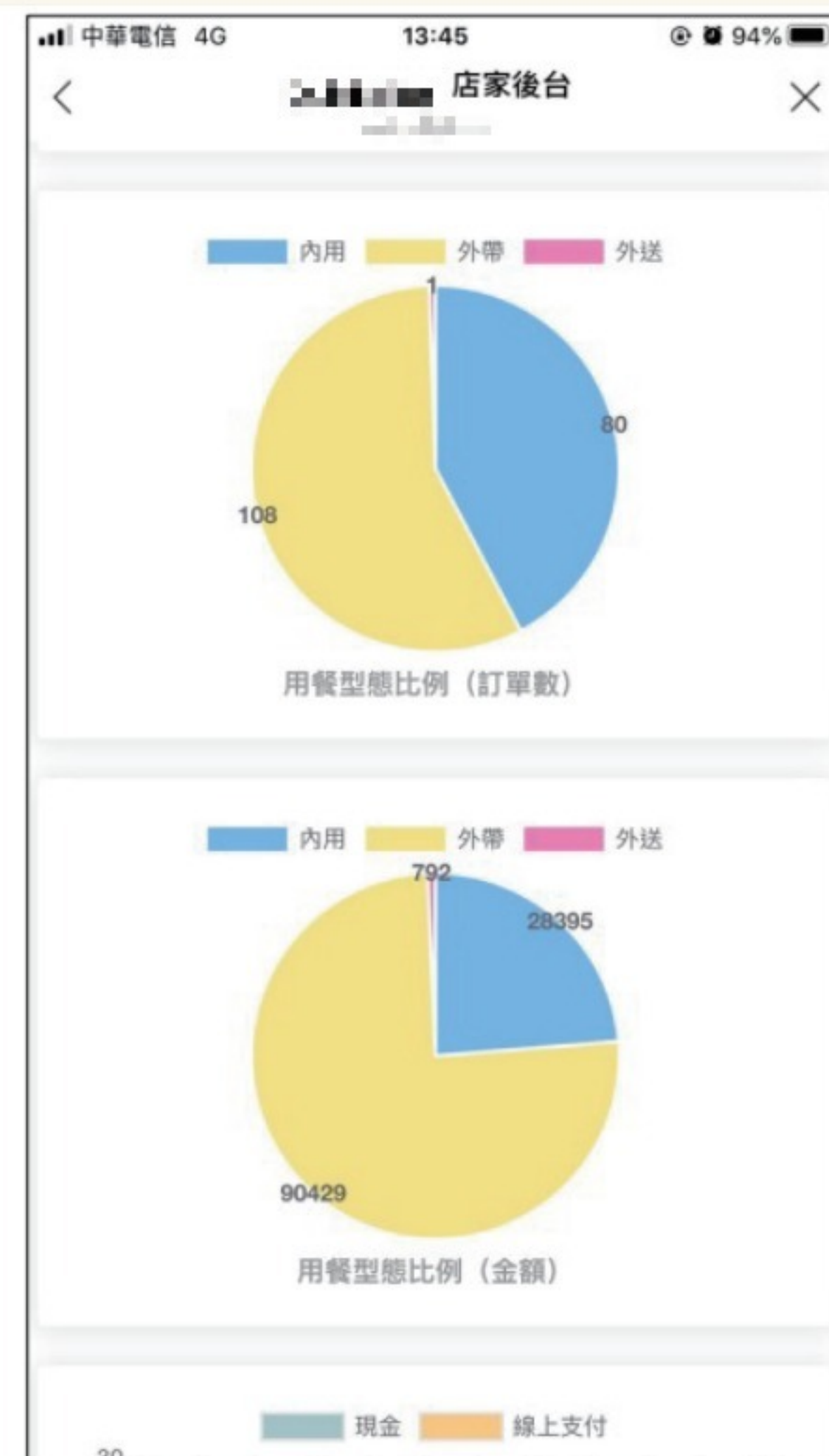
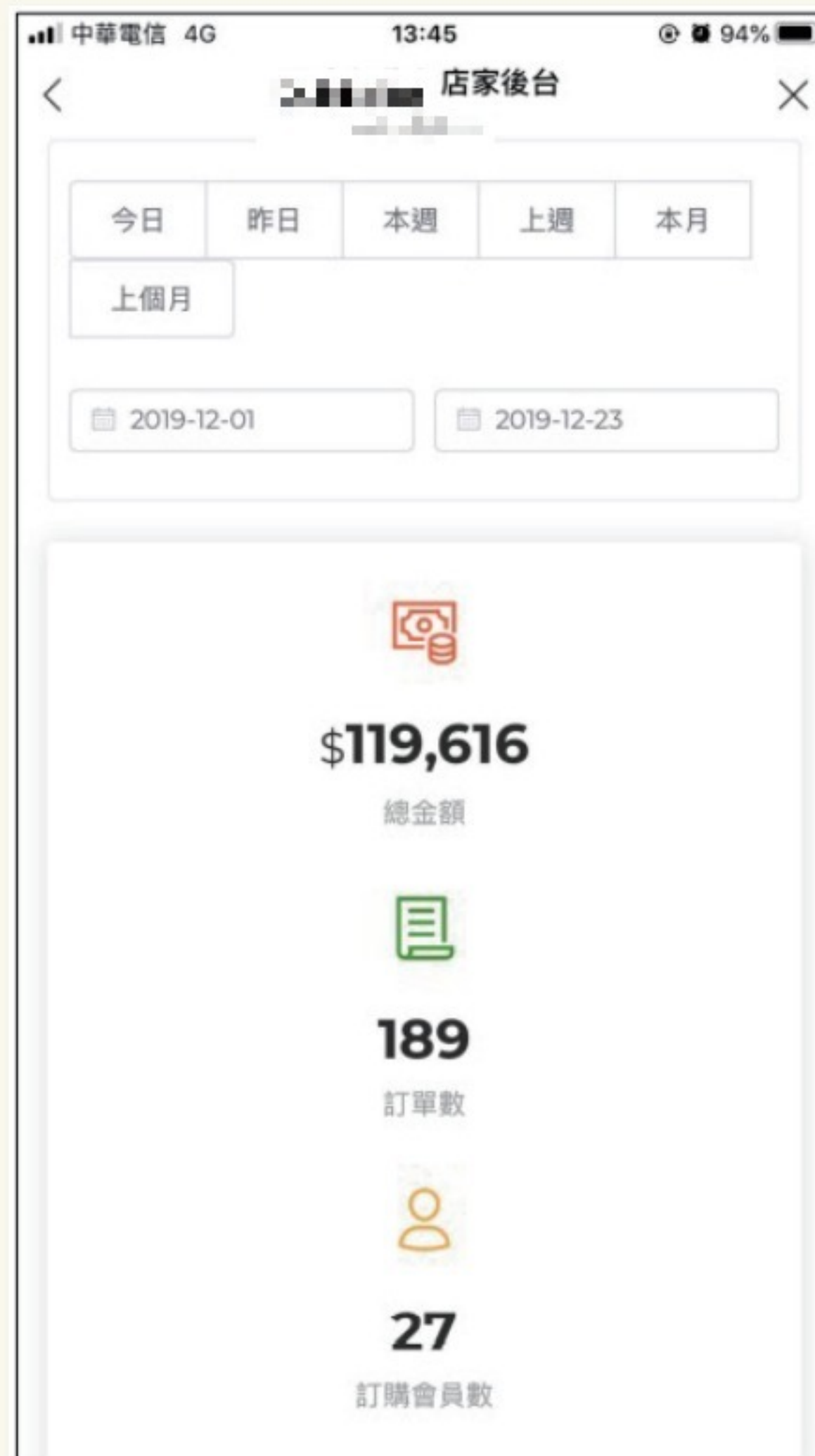
平台可記錄所有消費者下單數據，在當天結算時，**一鍵產生銷售報表**，不需要再透過傳統的人力統計與計算

POINT
02

可隨時掌握銷售數量、原物料、庫存量等，**加速營運管理效率**

POINT
03

透過每個品項銷售紀錄，了解熱銷/滯銷品，可做為**未來策略調整參考**



開店平台

Teaching Material



可點擊【系統功能】的功能名稱
能更進一步觀看各功能的導入效益



返回產業別

STEP
01

產業別

餐飲業

零售業

其它服務業

STEP
02

面臨問題

營運管理

顧客管理

行銷工具



說明問題

- 顧客消費習慣改變，轉向線上購買
- 疫情造成無法擺攤，找不到銷售管道
- 不知道怎麼拓展海外的市場



選擇工具

02

開店平台

系統功能

商品雲端建檔

快速將商品分類
建檔

會員行銷

針對會員的喜好
推行個人化優惠

線上訂購

開拓新的銷售管道

整合物流

提供消費者宅配
或超商取件服務

銷售報表管理

即時掌握銷售與
庫存數據

02 開店平台

POINT

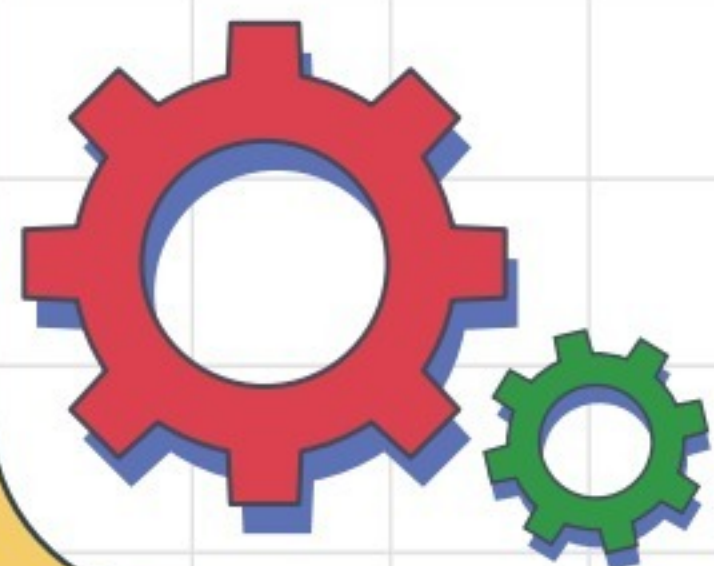
商品雲端建檔 🔍

POINT
01

店家可將商品在雲端建檔，可**即時管理**商品名稱、分類、照片與金額，以及上下架與否

POINT
02

無空間限制下，店家可**展示更多的商品資訊與品項**



返回開店平台

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端



POINT

會員行銷 🔍

POINT
01

可透過會員消費紀錄與喜好，設定**專屬的行銷活動**，達到精準行銷

POINT
02

提供**各種行銷活動模組**，店家可自行設定活動內容如：電子集點、優惠券、折扣、贈禮、紅利金等內容

POINT
03

可在會員入會、生日或是購買至一定金額時，設定系統**自動提供贈品或優惠券**

返回開店平台

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端



02 開店平台

POINT

線上訂購 🔍

POINT
01

由顧客自行至電商平台訂購商品，**減少客服人力成本**

POINT
02

電商平台無地域限制，因此可在任何一個城市或國家拓展**新的銷售管道**

POINT
03

因應年輕族群線上購買習慣，建立電商平台可**接觸不同顧客群**

POINT
04

不受營業時間限制，24小時都能交易或預約，**節省顧客購買時間**

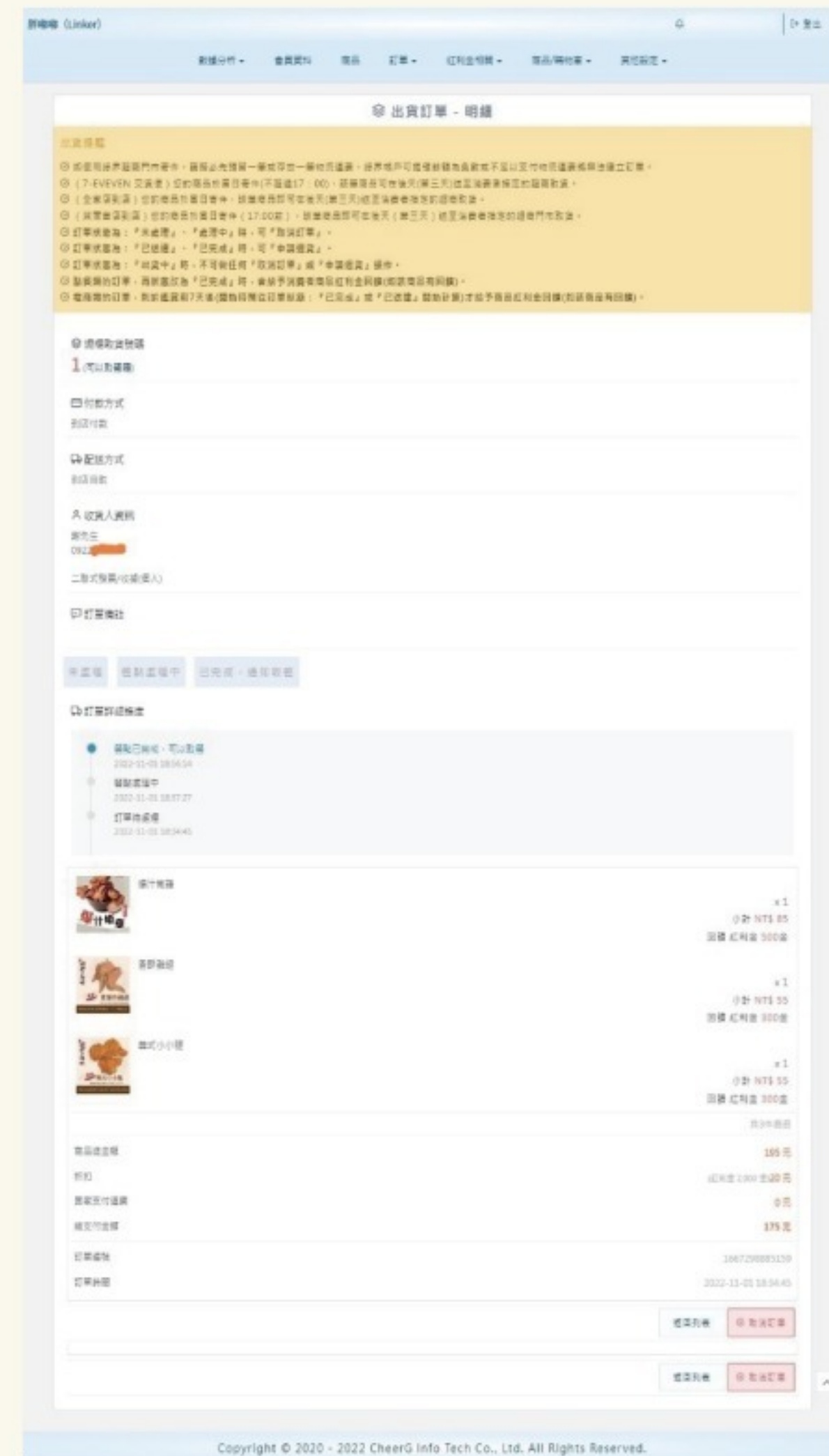
返回開店平台

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端



POINT

整合物流 🔍

POINT
01

可整合店家配合的物流方式，提供消費者方便的取件服務

POINT
02

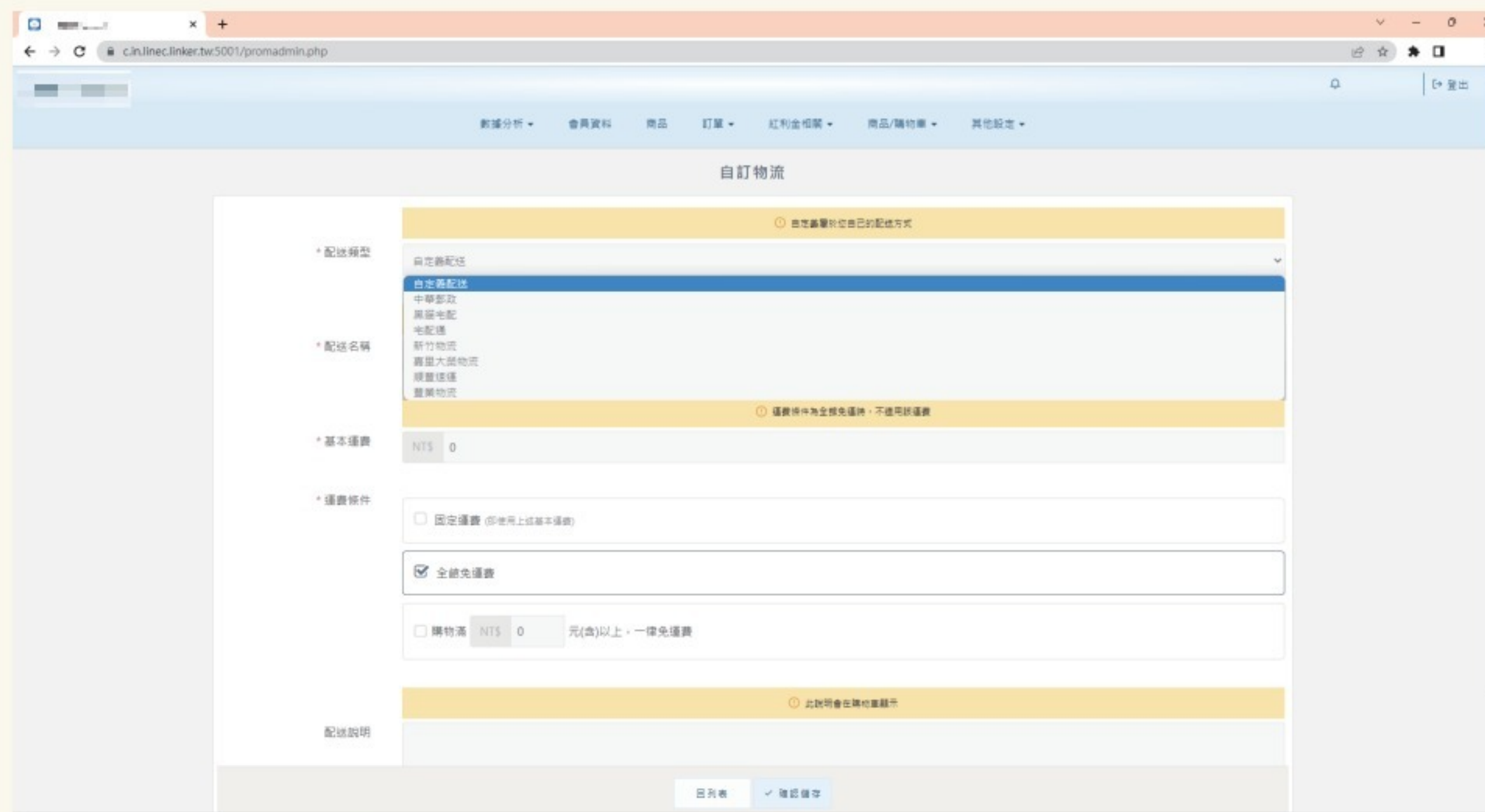
店家可整合多種物流模式，**方便完成物流寄送**：例如外送業者、宅配物流、超商店到店、冷鏈系統等

POINT
03

店家能直接在管理後台查看訂單出貨狀態，也能批次出貨

平台畫面

店家端



POINT

銷售報表管理 🔍

平台畫面

店家端

POINT
01

店家可選擇一段區間的訂單金額、單數等區段，**一鍵產生銷售報表**

POINT
02

在網路銷售的成效，以及會員消費行為，可透過一張報表一目了然，**隨時掌握營運動態**

POINT
03

店家可根據報表數據，**訂定銷售策略**、行銷方向，創造利潤最大化

產品總銷售量&男/女購買比例

商品	總銷售量	「男」	「女」	「未透露性別」	銷售額
小仁泉-養生木耳醬 特調飲品	66	39.4% (26)	19.7% (13)	40.9% (27)	\$5,996
小仁泉-極品豆漿 特調飲品	51	58.8% (30)	31.4% (16)	9.8% (5)	\$3,960
麻油鮮菇鍋(套餐) 養生鍋物	45	53.3% (24)	22.2% (10)	24.4% (11)	\$7,831
吳哥雞腿排 未分類	61	45.9% (28)	45.9% (28)	8.2% (5)	\$8,681
無敵主機 電腦	47	44.7% (21)	31.9% (15)	23.4% (11)	\$2,508
泰式雞米花 未分類	43	48.8% (21)	11.6% (5)	39.5% (17)	\$9,939
波霸薯條 未分類	51	17.6% (9)	43.1% (22)	39.2% (20)	\$7,268
全家餐 未分類	58	48.3% (28)	36.2% (21)	15.5% (9)	\$5,270
hoda iPhone 13 or 13 Pro滿版玻璃 保護貼(6.1吋)	40	20% (8)	62.5% (25)	17.5% (7)	\$9,795
合計銷售量: 523 · 總銷售額: \$63,313					

會員行銷系統

Teaching Material



可點擊【系統功能】的功能名稱
能更進一步觀看各功能的導入效益



返回產業別

STEP
01

產業別



餐飲業



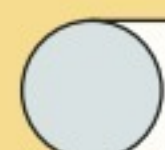
零售業



其它服務業

STEP
02

面臨問題



營運管理



顧客管理



行銷工具



說明問題

- 無法掌握顧客來源和喜好
- 廣告行銷費用高且效益不佳
- 老顧客減少到店面/門市消費



選擇工具

03

會員行銷系統

系統功能

整合Line帳號

讓店家招募顧客加入
會員更簡便

會員管理

記錄會員消費與優惠
使用狀況

會員行銷

精準的傳送優惠訊息

會員報表數據

幫助店家即時掌握
營運狀況

POINT

整合Line帳號 🔍

POINT
01

可與Line官方帳號串接，顧客無須下載額外App，店家無須再發售實體會員卡

POINT
02

顧客可在Line接收點數、優惠通知，讓品牌經營整合會員管理

POINT
03

可透過行銷系統輕鬆蒐集顧客資料與消費輪廓，快速精準行銷

平台畫面

店家端

The screenshot shows the LINE Official Account Manager interface for 'ComeTrue'. The page is titled '圖文選單' (Image Menu) and provides instructions on how to create an interactive menu for chat rooms. It includes a sidebar with navigation options like '自動回應訊息', '訊息項目', and '推廣相關'. The main content area shows a preview of the menu and a table of configuration details.

標題	成真防疫期間 圖文選單
使用期間	2021/07/01 13:13 - 2021/09/30 13:13
動作	<ul style="list-style-type: none"> 連結 - https://www.cometrue-coffee.com/cafe 連結 - https://imvip.io/cometruecoffee/coupons/YITcK 連結 - https://facebook.com/pg/ComeTrueCoffee.SE/menu/ 連結 - https://imvip.io/cometruecoffee/sign-in

POINT

會員管理

平台畫面

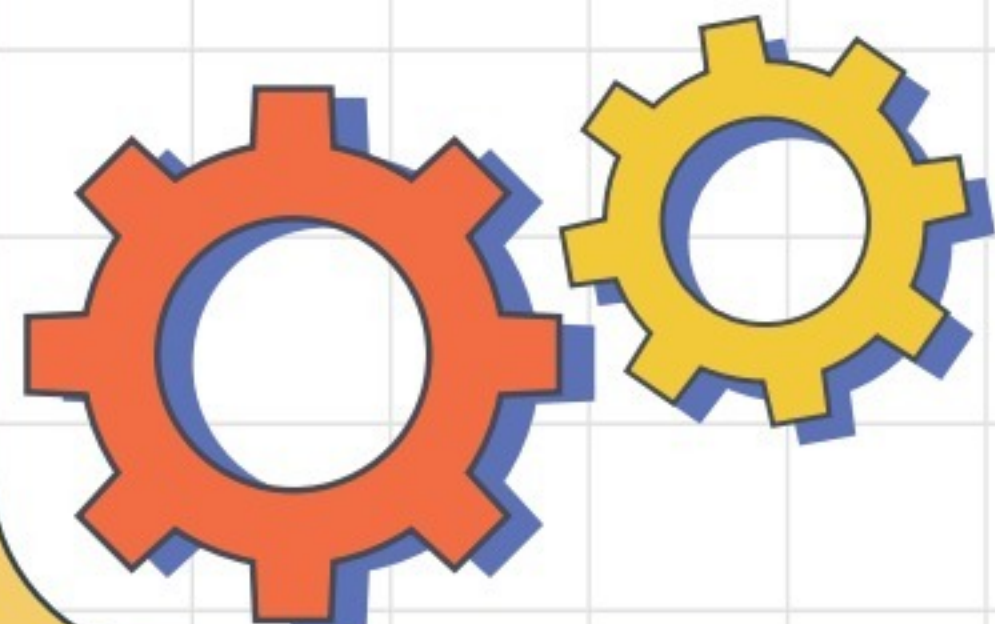
店家端

POINT 01

系統可**記錄會員消費與優惠使用狀況**，掌握會員在各個營業面向的貢獻度

POINT 02

根據紀錄分析會員消費內容與習性，可主動給予會員專屬優惠價格，進行**會員再行銷**



會員資訊

註冊日期: 2018/05/26

生日: 1980/11/13

手機號碼: 0968006448

性別: 女

電子信箱: colorful691113@gmail.com

居住地: 高雄市

票券紀錄

時間	名稱	數量	店員	備註
2019/05/01 12:09	成真會員母親節獻禮 創意咖啡 # 杜鵑 # 一杯	+1	batchByAdmin	
2018/06/03 11:06	點1份彩虹飯送1杯鑿井黑咖啡 (價值95元)	+1	batch	
2018/05/26 08:09	鑿井黑咖啡兌換券	+1		
2018/10/11 03:06	2018.10 成真 1+1 分享券	+1	batch	
2018/11/04 11:35	台南正興店貴賓體驗券	+1	system	
2018/11/12 07:01	2018.11 成真 1+1 分享券	+1	batchCometru	
2018/12/11 10:39	2018.12 成真1+1分享券	+1	batch1211	
2019/01/11 01:36	2019.01 成真1+1分享券	+1	batchByAdmin	
2018/07/28 06:09	台南正興店貴賓體驗券	+1	成真咖啡 台中審計店	

POINT

會員行銷 🔍

平台畫面

店家端

POINT
01

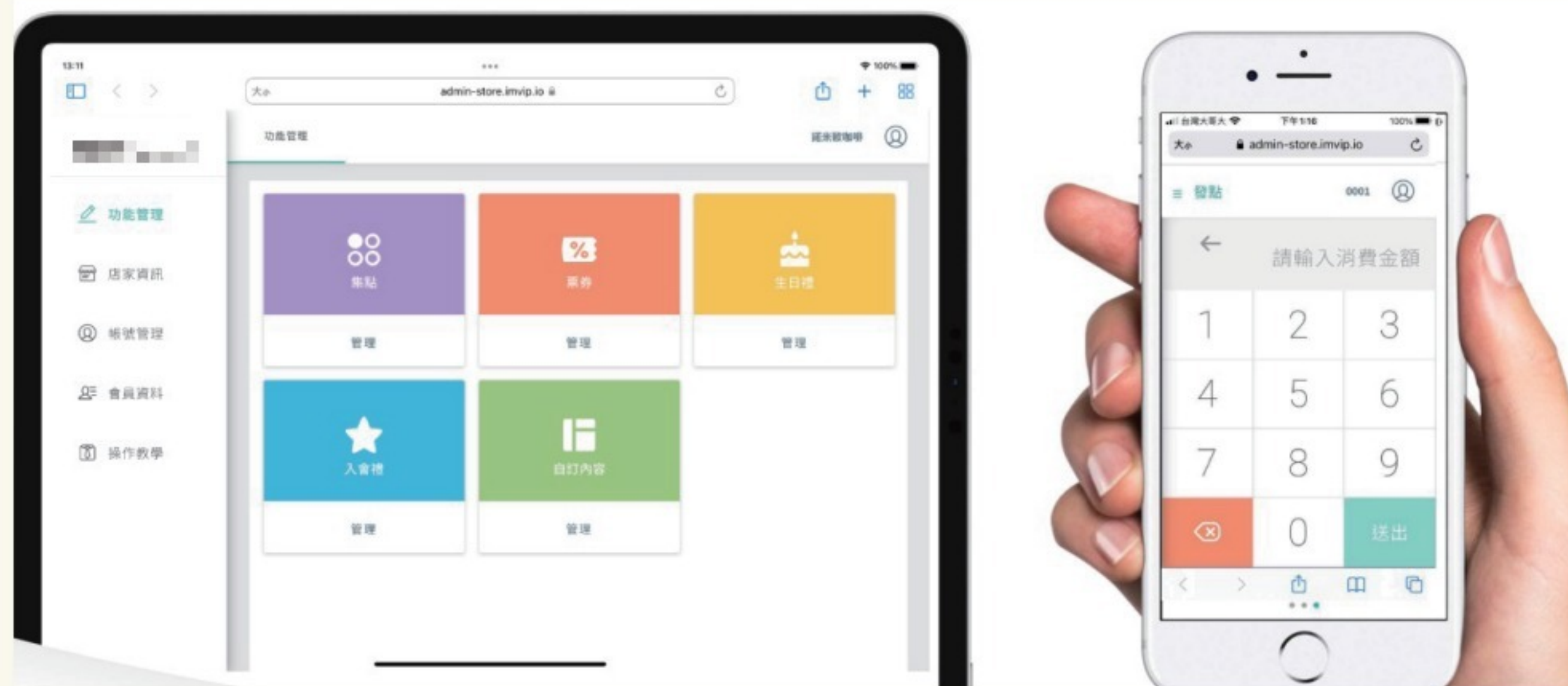
根據顧客資料設定**行銷模組**，如集點/紅利/優惠券/生日禮等方式，吸引顧客再次消費

POINT
02

店家可從後台進行點數管理設定，透過前台介面進行點數與票券核銷

POINT
03

針對顧客喜好推出個人優惠，運用Line官方帳號推播訊息，達到**精準行銷**



POINT

會員報表數據 🔍

平台畫面

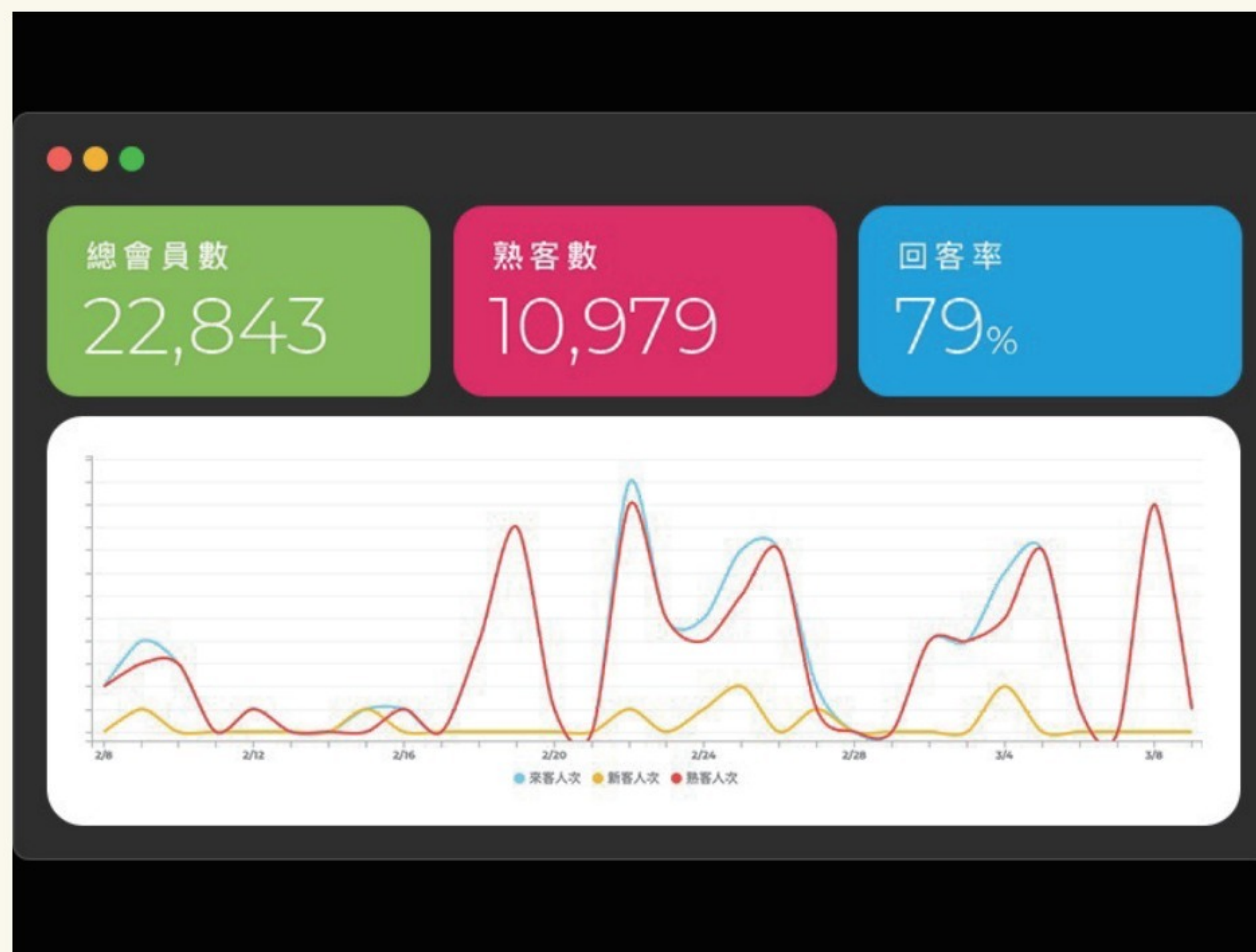
店家端

POINT
01

即時呈現會員數據報表，
幫助店家掌握營運狀況

POINT
02

透過報表可了解會員招募狀況、顧客輪廓分析、熱銷品項了解、顧客回流狀況等



點餐系統

Teaching Material



可點擊【系統功能】的功能名稱
能更進一步觀看各功能的導入效益



返回產業別

STEP
01

產業別



餐飲業



零售業



其它服務業

STEP
02

面臨問題



營運管理



顧客管理



行銷工具



說明問題

- 人工點餐作業耗時，造成現場排隊久候
- 人力不足導致經常出錯餐，造成抱怨
- 顧客逐漸轉向外送平台購買
- 傳統銷售無法掌握顧客來源和喜好



選擇工具

04

點餐系統

系統功能

可與Line串聯

提高顧客點餐
便利性

建立/調整菜單

可快速建立或
調整線上菜單

線上點餐

顧客自助點餐
減少客服人力

會員行銷

針對會員喜好
推個人化優惠

多元優惠模組

系統支援多種
促銷優惠模組

銷售報表管理

一鍵產生銷售報表

04 點餐系統

返回點餐系統

POINT

可與Line串聯

POINT
01

線上點餐系統 **可與 Line、Messenger串接**，顧客無須下載額外App

POINT
02

顧客可在常用的通訊軟體上找到店家，並進行線上點餐，**增加點餐便利性**

POINT
03

可透過社群媒體作**行銷曝光**，為線上點餐系統作導流

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端



04 點餐系統

返回點餐系統

POINT

建立/調整菜單 🔍

POINT
01

店家可在後台**快速建立線上菜單**，也能因應季節推出的料理或套餐，即時調整與更新

POINT
02

可**節省**傳統紙本菜單的設計與印刷**成本**

POINT
03

線上菜單**不受篇幅限制**，因此呈現內容較為豐富化

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端



04 點餐系統

POINT

線上點餐 🔍

POINT
01

由顧客至線上點餐平台自行點餐/
預約，**減少客服人力**

POINT
02

較傳統紙本點餐縮短15分鐘點
餐時間，縮短用餐時間，**增加
翻桌率**

POINT
03

透過自助點餐可**降低點餐出錯或
是漏單狀況**，減少顧客等候時間

POINT
04

除了內用點餐，也**支援外帶自
取、外送服務**，服務不同顧客群

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端

返回點餐系統



交易編號	時間	電話	金額
0000027023	12/18 14:45	+886915623526	30
0000027020	12/18 14:33	+886915623526	164
0000027001	12/18 12:28		110
0000026954	12/18 10:48	+886911849115	55
0000026726	12/17 23:47	+886922911211	45
0000026712	12/17 22:45	+886978277368	50
0000026706	12/17 22:09	+886952336255	80
0000026705	12/17 22:05	+886952336255	65
0000026616	12/17 15:46	+886925759888	280
0000026610	12/17 15:11	+886925759888	250

Rows per page: 10 1-10 of 23

04 點餐系統

POINT

會員行銷 🔍

POINT
01

將自動蒐集顧客消費資料，建立會員庫，方便店家後續進行分析、行銷

POINT
02

可透過集點、優惠券、滿意度問卷方式吸引顧客再次消費

POINT
03

點餐系統可紀錄顧客歷史消費，進而在推出類似餐點或促銷活動時可**精準行銷**

返回點餐系統

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端



POINT

多元優惠模組 🔍

POINT
01

線上點餐系統**支援多種促銷優惠模組**，如滿額折扣、免運優惠、滿額贈禮等

POINT
02

店家可從後台設定，顧客只要輸入優惠代碼，系統即可**自動換算結帳金額**

POINT
03

可**彈性設定**運送範圍與運送規則，自主推行免運費優惠活動

平台畫面

店家端

經銷商後台管理

返回活動列表

1. 基本設定

活動名稱 *

測試優惠

贈送期間 - 開始時間

2021-08-05 00:00:00

贈送期間 - 結束時間

2021-08-06 00:00:00

更新基本資訊

2. 贈送條件 (符合條件者，下單後可獲得優惠券)

必須是新用戶

是

不限制

限定支付方式

線上支付才贈送

不限制

消費門檻

消費須達指定金額

不限制

贈送規則：

- 顧客完成訂單的當下，符合條件者會推送優惠碼給顧客
- 一個贈送優惠券活動，每為顧客只能獲得一次

POINT

銷售報表管理 🔍

POINT
01

線上點餐讓所有營運數字數位化，在當天關帳，**一鍵產生銷售報表**，不再需要人力統計與計算

POINT
02

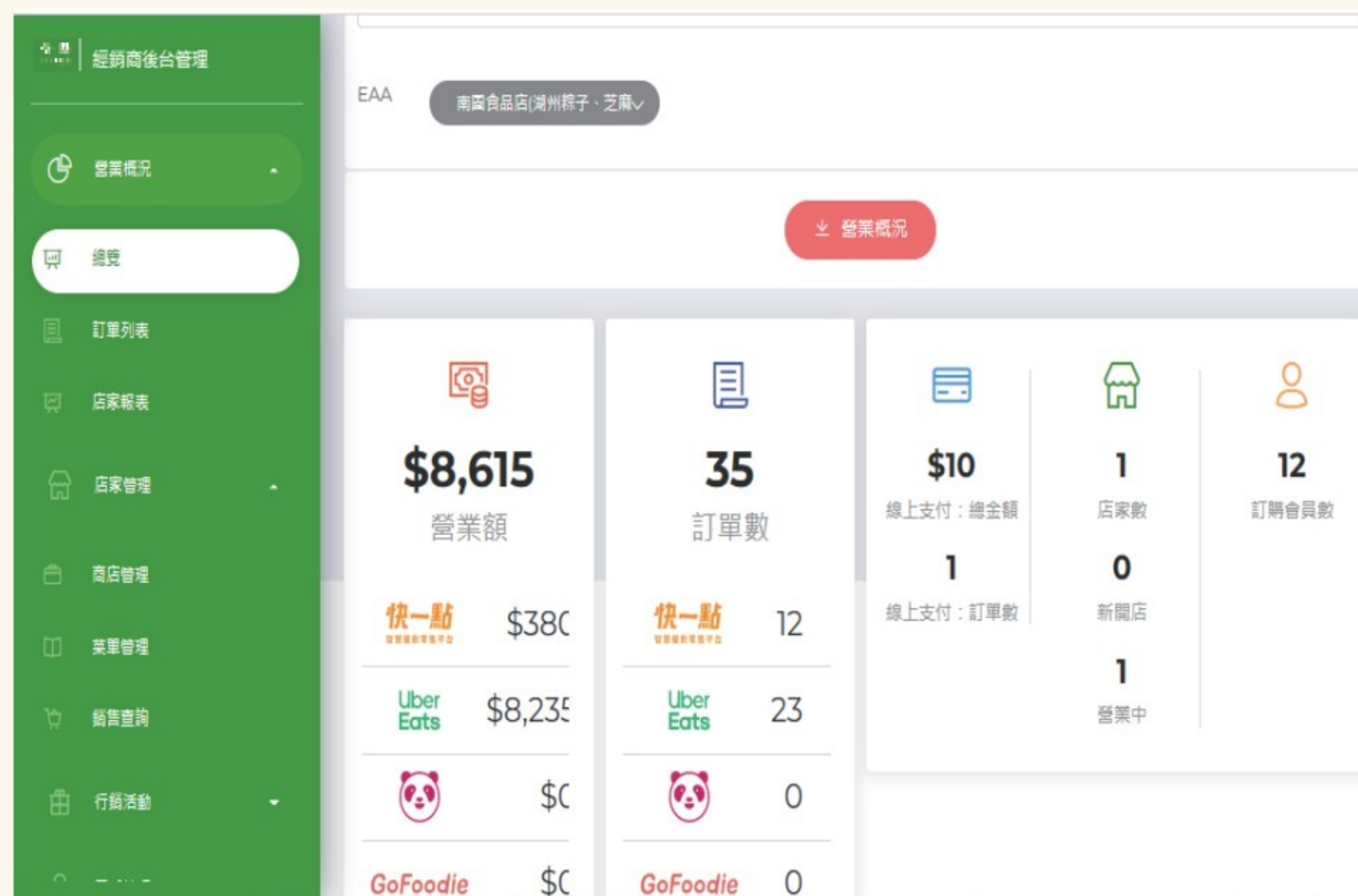
可隨時掌握銷售數量、原物料、庫存量等，**加速營運管理效率**

POINT
03

透過每個品項銷售紀錄，可做為**未來新菜色設計參考**

平台畫面

店家端



線上預約系統

Teaching Material



可點擊【系統功能】的功能名稱
能更進一步觀看各功能的導入效益



返回產業別

STEP
01

產業別

餐飲業

零售業

其它服務業

STEP
02

面臨問題

營運管理

顧客管理

行銷工具



說明問題

- 🔍 客人重覆預約、行程取消容易出錯
- 🔍 需致電提醒客人預約行程，人力成本高
- 🔍 預約服務品項多，電話、文字不易溝通



選擇工具

05

線上預約系統

系統功能 🔍

可與Line串聯

可即時與顧客
互動聯繫

建立服務品項

可快速建立提供
預約之服務品項

線上預約

顧客可自行線上
預約，減少人力
接單成本

預約提醒

在預約日前自動發
訊息提醒顧客行程

預約行事曆

可於行事曆快速
掌握預約行程

會員再行銷

可將會員分眾標籤
並進行訊息推播

05 線上預約系統

POINT

可與Line串聯 🔍

POINT
01

串聯店家**Line官方帳號**，即時與會員互動、回覆訊息，簡化客服應答流程

POINT
02

顧客加入帳號成為會員後，**可即時接收**店家的廣告訊息

POINT
03

廣告可圖文並用，增加消費者對店家的認識

POINT
04

Line主動式行銷**訊息成本低**，較電視、網路廣告、手機簡訊費用都低

返回線上預約

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端



05 線上預約系統

POINT

建立服務品項 🔍

POINT
01

店家可透過後台**建立線上預約服務品項**，並可隨時調整開放預約與否

POINT
02

可透過**建立服務類別**，讓顧客預約時可更快速找到預約之項目

返回線上預約

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端



05 線上預約系統

POINT

線上預約 🔍

POINT
01

顧客可透過Line官方帳號進入線上預約系統，**24小時線上接單**，減少人力接單成本

POINT
02

預約成功後，系統將**自動發出預約成功訊息**，包含預約時間、項目、地址等，減少人力溝通確認時間

返回線上預約

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端



POINT

預約提醒 🔍

POINT
01

店家可於後台建立預約提醒訊息，在顧客預約來訪前**自動發出簡訊提醒**，以減少顧客失約的損失，也能降低顧客遲到

POINT
02

透過系統自動在**指定的時間**發出提醒訊息，可減少店家80%人力提醒的溝通成本

POINT
03

顧客若臨時取消預約可直接在提醒訊息取消，店家也能同步收到取消通知

平台畫面

顧客端



平台畫面

店家端



POINT

預約行事曆 🔍

平台畫面

店家端

POINT
01

店家可在系統後台查看**預約行事曆**，透過行事曆的呈現，能一目了然地**掌握工作行程**

POINT
02

行事曆可再進一步點擊快速查看**顧客預約資訊**，也能重新編輯預約資訊

The screenshot displays the '預約行事曆' (Appointment Calendar) interface. It features a search bar with fields for '搜尋服務人員姓名' (Search staff name), '搜尋服務項目' (Search service item), '預約狀態' (Appointment status), and '搜尋預約編號' (Search appointment number). Below the search bar is a calendar for April 2022, with a red box highlighting an appointment on Monday, April 4th, from 09:00 to 12:00, labeled '活動講座 3'. To the right of the calendar is a '預約資訊' (Appointment Information) panel with the following details:

項目	內容
操作	編輯預約資訊 編輯預約的時間與服務
預約編號	C32ZGJR6
會員類別	會員 前往查看會員
狀態	已預約
姓名	張智凱
電話號碼	0972217133
預約時間	2022/04/04 09:00:00
服務項目	3月份主管領導學程
服務人員	活動講座
附加服務	無
會員備註	無
店家筆記	無

POINT

會員再行銷 🔍

POINT
01

透過預約系統記錄會員消費軌跡，掌握消費者需求，發送專屬的優惠內容，達到**個人化行銷**，與顧客更親近

POINT
02

運用會員消費區間將**顧客分級**，根據不同級別的會員提供不同的消費折扣，帶動會員再次消費意願

平台畫面

店家端

會員管理 / 查看會員

Julia (女)

預約次數 0 | 未到次數 0

儲值金 \$4500

生日 1999-07-17

電話號碼

上次消費30天內 註冊30天內 +新增

預約狀況 儲值金 堂票紀錄

搜尋訂單編號

分群推播

時間

立即發送

排程單次推播

對象

所有會員

進階標籤會員 7人

完全包含 排除

搜尋會員標籤 搜尋會員標籤

+ 新增

訊息

黑咖啡愛好者
會遲到
常常跟家人一起來
預約未現10次內
取消預約10次內
預約未現5次內
取消預約5次內

點擊圖片行為

無反應 點擊跳轉網址 點擊發送文字

+ 新增

數位行銷工具

Teaching Material



可點擊【系統功能】的功能名稱
能更進一步觀看各功能的導入效益



返回產業別

STEP
01

產業別



餐飲業



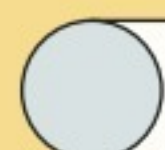
零售業



其它服務業

STEP
02

面臨問題



營運管理



顧客管理



行銷工具



說明問題

- 行銷曝光管道不足，店家網路知名度低
- 不知道怎麼拓展海外市場



選擇工具

06

數位行銷工具

系統功能 🔍

Google我的商家

增加顧客找到店家的方便性

Line 熱點

讓顧客輕鬆分享與
搜尋店家資訊

社群媒體專頁

可與顧客直接溝通

POINT

Google我的商家

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端

POINT 01

在「Google我的商家」建立店家名稱可**增加顧客到店**的便利性

POINT 02

顧客在Google地圖搜尋你的店家名稱時能在地圖上出現您的店家標記

POINT 03

潛在顧客在附近搜尋類似店家類型時，也能在地圖上找到您的店家

POINT 04

顧客在Google搜尋您的店家時，可直接顯示店家地址、營業時間、聯絡電話



POINT

Line熱點 🔍

POINT
01

Line熱點月活躍用戶已達390萬人，在「Line熱點」建立店家名稱可增加**免費線上曝光**的管道

POINT
02

可連結店家的Line官方帳號，輕鬆在Line中建置「**微官網**」

POINT
03

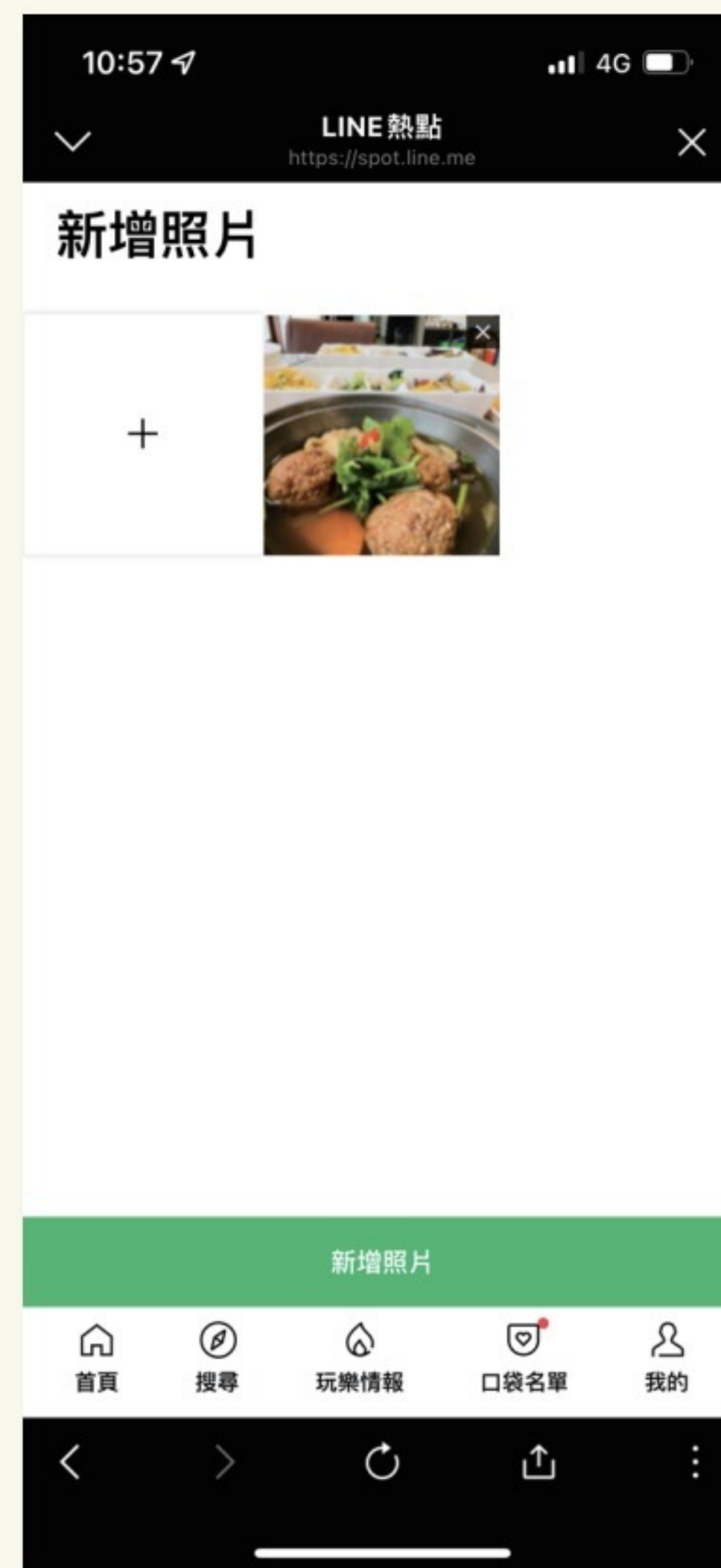
可上架商品、菜單，並**串接店家外帶外送**的OMO (Online Merge Offline) 功能

平台畫面

顧客端

平台畫面

店家端



POINT

社群媒體專頁

POINT 01

可透過社群媒體平台分享產品與促銷資訊，並且能**與顧客直接互動溝通**

POINT 02

店家可明確地在社群媒體**指定廣告投放對象**，提高曝光度

POINT 03

透過平台後台，可掌握社群媒體實際與顧客互動數據，**輕鬆地評估經營成效**

POINT 04

透過與顧客一對一互動，確保顧客對服務或產品滿意，以**提高忠誠度**

平台畫面

顧客端



平台畫面

店家端



市場的數位轉型先鋒【南門中繼市場】

科技翻轉舊市場・台味購物新體驗

我國傳統市場歷史悠久，近年來受到大型量販店、連鎖超市及便利商店的影響，顧客消費型態也因疫情有所轉變。在這樣窘迫的環境下，南門市場自治會的會長決定帶領攤販們改變！透過導入線上點餐、預訂系統與雲端出單機改變傳統人工抄寫訂單的接單流程，大大的減少作業時間，讓小攤販發現數位工具的方便，使南門市場成為傳統市場的數位轉型先鋒！

STEP
01



痛點

仰賴現場經營的傳統模式

- ✓ 疫情衝擊傳統市場, 攤販生意直直落
- ✓ 接單方式不易整合, 容易產生漏單狀況

STEP
02



解決方案

老市場的數位點餐新體驗

- ✓ 一對一輔導模式, 解決攤商的數位疑慮
- ✓ 導入工具改變接單流程, 強化使用便利性

STEP
03



輔導效益

平均省下30%前台服務人力
增加20%的訂單

- ✓ 經營模式轉變為共同銷售管道, 增加曝光效益
- ✓ 顧客轉換成線上會員, 再行銷衝高回購率



案例 01

南園食品店

橫跨半世紀的老店・成為線上訂單王

困境

搬遷與疫情雙重打擊 訂單跌至個位數

同時面臨市場搬遷與疫情衝擊，客流量大幅縮減，甚至訂單掉至個位數

轉型

積極推廣數位化 單月訂單破700張

導入線上點餐系統，不僅抽成費用低，透過計畫整體行銷，主動招攬線上會員，成為線上訂單王

工具操作簡易 強化長輩數位接受度

出單機可串接兩大外送平台出單，也能一鍵產出銷售報表，即時掌握銷售數據

效益

數位工具易操作 加入平台效益多

透過Facebook推廣文再行銷，南園食品店成為南門中繼市場訂單與會員數增加最多的店家

案例 02

史料味極



願意嘗試與學習・跨出轉型第一步

困境

進駐即面臨疫情嚴峻挑戰

110年入駐南門中繼市場即面臨疫情帶來的衝擊挑戰

轉型

不畏新環境 初試啼聲效益佳

抱持嘗試心態導入線上點餐系統與出單機，有效改善手機漏單問題

效益

數位整合 提高營運管理效率

透過手機完成日常營運管理，輔導計畫亦進行整體行銷招攬會員，讓店家可專注處理訂單即可

曝光有感 網路訂單從0張到130張

計畫整體場域曝光，有效帶動線上會員數與訂單數成長，線上訂單從0張成長到130張

營造偏鄉友善數位環境的典範【臺東創生聚落】

偏鄉小微拼轉型・數位萌芽現商機

現代人健康意識抬頭帶動有機農產品需求倍增，促成臺東有機創生聚落的形成，但是在偏鄉數位落差的影響下，使小微企業生計在疫情後更是雪上加霜。透過臺東大學創新育成中心在地顧問的輔導，第一年建立平台、第二年導客曝光的模式、第三年串接O2O服務，運用數位工具讓產品走出偏鄉，讓臺東在地優質食材直送全台消費者的餐桌。

STEP
01



痛點

疫情無法擺攤衝擊小微企業生計

- ✓ 偏鄉數位落差讓小微企業生計在疫情雪上加霜
- ✓ 網路消費者不認識自己，生意依然沒有起色

STEP
02



解決方案

奠基小微企業數位知能與基礎應用

- ✓ 建平台+導客曝光，打造O2O數位生活圈
- ✓ 整合政策與小微企業資源，發揮群聚的力量

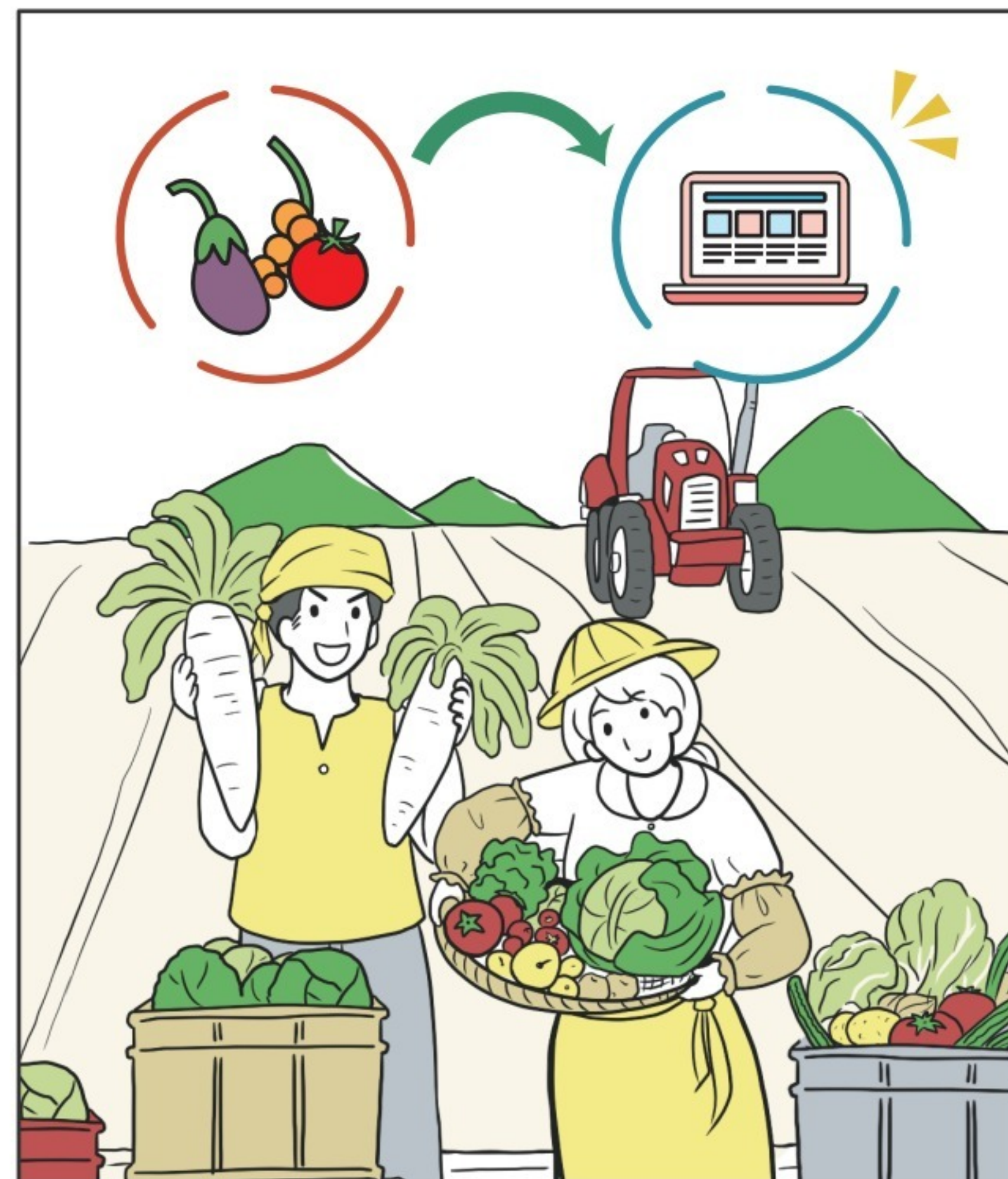
STEP
03



輔導效益

三年創造2,500萬元銷售額

- ✓ 產品串聯，網路會員共享帶動商機
- ✓ 拋開疫情陰霾，數位力帶來訂單成長



案例 01

上上農漁品

部落農作攤販商
轉型線上通路商

困境

疫情來襲，訂單數量瞬間歸零

受到疫情影響，遊客數直直落，導致訂單數量歸零，進而影響店家經營

轉型

導入O2O商城與Line熱點

學習如何使用O2O商城、Line @會員管理、Line熱點推廣以及Facebook粉絲專頁經營

數位轉型，新鮮直送全台灣

後台管理訂單並統整會員資料，分析主要客源屬性做行銷推廣，增加回流率，分析熱賣產品，助於備料方向，減少過度備貨造成之浪費

效益

節省5成作業時間 增加3成訂單量

Facebook會員增加2,000多位，線上商城節省5成人力作業，Line熱點曝光，增加3成訂單量

案例 02

麗園農場

飛上雲端賣蔬果
開墾小農新經濟

困境

疫情影響 觀光人潮銳減

觀光人潮大幅縮減，每週日的市集展售也被迫停止，以擺攤維生的麗園農場受到嚴重衝擊

轉型

勇於創新 從危機找到轉機

建立屬於自己的網路商店，運用客製化的數位行銷方式，包括Facebook粉絲專頁、Line熱點、臺東大學有機友善農民市集等

效益

增加2成訂單 節省3成溝通時間

吸引年輕化與外縣市的新消費客群，訂單也較以往傳統接單成長20%以上，在商城中直接下訂產品，節省近3成的溝通成本

案例 03

穀臼那哪

編織數位魔法陣
締造烘焙新篇章

困境

疫情洗禮 消費習慣轉變

疫情洗禮後，顧客的消費習慣轉變讓他們開始領悟數位工具的重要

轉型

部落麵包 躍上雲端國度飄香

使用Facebook粉絲專頁、Google評論與消費者互動，並將美味上架於數位平台，在烘焙國度中掀起了一陣風潮

效益

免費數位管道曝光 創造數位營收10%

Google評論數提升91%，Facebook會員累積近千位，社群整合線上銷售平台，創造10%數位營收

古蹟商圈的數位翻身【彰化孔廟】

商圈群聚上雲端・打造雲頂生活圈

彰化孔廟是知名的文化觀光景點，因此帶動了週邊觀光與經濟發展，隨著世代的演進，古蹟文化資產不再吸引年輕族群駐足，傳統經營跟不上時代，導致訂單與營收成長受限。店家們為了突破困境，打造彰化孔廟商圈專屬共享電商平台，重新塑造孔廟觀光品牌吸引客源，同時透過數位工具提高服務效率！

STEP
01



痛點

訂單與營收成長受限

- ✓ 傳統電話與現場排隊點餐造成顧客久候
- ✓ 單打獨鬥紙本集點行銷模式無法掌握顧客輪廓

STEP
02



解決方案

打造商圈專屬電商平台

- ✓ 提供顧客能線上點餐與預訂服務
- ✓ 運用Facebook 進行整體品牌形象曝光

STEP
03



輔導效益

整年度場域營業額提升約900萬元

- ✓ 數位工具讓服務效率提高，能接的訂單變多
- ✓ 訂單增加1成5，月營收平均提高1萬5



案例 01

瓏耀商行

炸雞排店數位優化・更有餘力送愛家扶

困境

傳統經營模式，造成顧客不斷流失

電話訂購每週都會發生5至6次的錯單，造成顧客不愉快而流失，食材損失也須自己吸收

轉型

讓人人不離手的手機，做為點餐利器

打造線上點餐系統，透過手機線上點餐，再抓時間到店自取，就能減少在現場等待的時間，也能改善店家的服務品質和效率

效益

收入提高1成5，更有心力送愛家扶

省下來的點餐時間可服務更多的客人，平均提高了15%的營業收入，省下的成本包括5%的食材損失、外送平台的35%抽成，讓創辦人更有餘力回饋社會，每週送小點心給家扶中心

案例 02

鈺私澄商行

數位轉型3個月・帶出5%陌生客

困境

剛創立就遇到疫情

顧客以週邊企業為主，經營2個月後就碰上疫情，衝擊鈺私澄商行的營業收入

轉型

政府提供補助協助導入線上點餐服務

免費的顧問輔導，協助創辦人每天晚上11點下班後，將飲料商品上架到網路商城直到半夜3點，第一週就順利上架並測試完成

效益

開發5%陌生客，線上收入多15%

計畫推動3個月後就發現多了5%-6%陌生客，線上的收入也增加了15%



以數位力強化地方魅力【高雄星埕街區】

打造數位會員卡・培養鐵粉回流客

高雄哈瑪星、鹽埕巷弄中的日治建築街屋歷史韻味使人駐足，在現代城鎮的發展下，老舊街區的觀光人潮卻逐年下降，店家們為了突破困境，以數位會員集點方式吸引旅客，並透過社群行銷培養熟客，使舊街區的店家會員數越來越多，讓歷史的風韻持續擴散。

STEP
01



痛點

場域逐漸沒落流失客群

- ✓ 歷史街區店家分散難以集客
- ✓ 疫情一來，歷史街區更是沒有客源

STEP
02



解決方案

數位會員卡掌握會員足跡再行銷

- ✓ 透過團結力量，以數位化會員集點吸引旅客
- ✓ 運用數位工具走進顧客的心，培養回流客

STEP
03



輔導效益

半年增加400名會員 每次行銷可增加10萬收入

- ✓ 累積會員數的階段，平均每週新增 20 名會員
- ✓ 每次發放折價券將可帶來10萬元收入





案例 01

紅撲撲手感創作

運用數位力・提升創作力

困境

開店一個月就碰上疫情

匯集了25位獨立創作者的手作，開店第一個月就遇到疫情，但仍堅持每天開店經營

轉型

記錄消費軌跡做為進貨依據

透過Line官方帳號吸引顧客加入會員，並運用優惠券提高回客率，記錄消費軌跡並做為進貨款式的依據

效益

月增100位Line會員，單月進貨成長30%

月增加100位Line會員，目前會員數共400多位，成功募集1,600位Facebook粉絲、435位Instagram年輕粉絲，並以蒐集的數據做為進貨依據，帶動單月進貨量成長30%

案例 02

長安式拾工作室

會員經營數位化・踏出轉型第一步

困境

擺攤市集拓展品牌知名度，卻碰上疫情

長安式拾積極參與市集擺攤擴展客源，卻碰上疫情而停擺

轉型

記錄消費軌跡，針對客人喜好精準行銷

導入會員行銷系統以更精確掌握顧客的需求喜好，提供更優質的產品服務

效益

會員數增加250位，3個月增幅逾7成

以增加會員數為現階段目標，透過100元折價券為誘因吸引顧客成為Line官方帳號會員，短短3個月的時間就讓會員數激增250位，目前總數已突破600位

文創業者的數位轉型基地【審計新村】

當文創遇上數位・從職人轉型企業

審計新村從舊時的員工眷舍轉型成為青年創業的基地，吸引了許多文創青年在此開店，成為闔家同遊的觀光景點。疫情衝擊下觀光客銳減，店家們導入Line線上銷售通路，彼此整合串聯，將經營重心從產品轉移到客戶體驗，而數位工具的導入不僅提高顧客服務，也能透過後台的消費數據掌握客戶輪廓。

STEP
01



痛點

尋客、獲客成本偏高難以獲利

- ✓ 傳統單打獨鬥模式，遊客來訪只會走馬看花
- ✓ 被動等待遊客自己上門，透過經驗與遊客互動

STEP
02



解決方案

Line開店增加與顧客的互動管道

- ✓ 文創業掀起數位反攻，打造加值的新體驗
- ✓ 打造數位平台達到數位協作的溝通

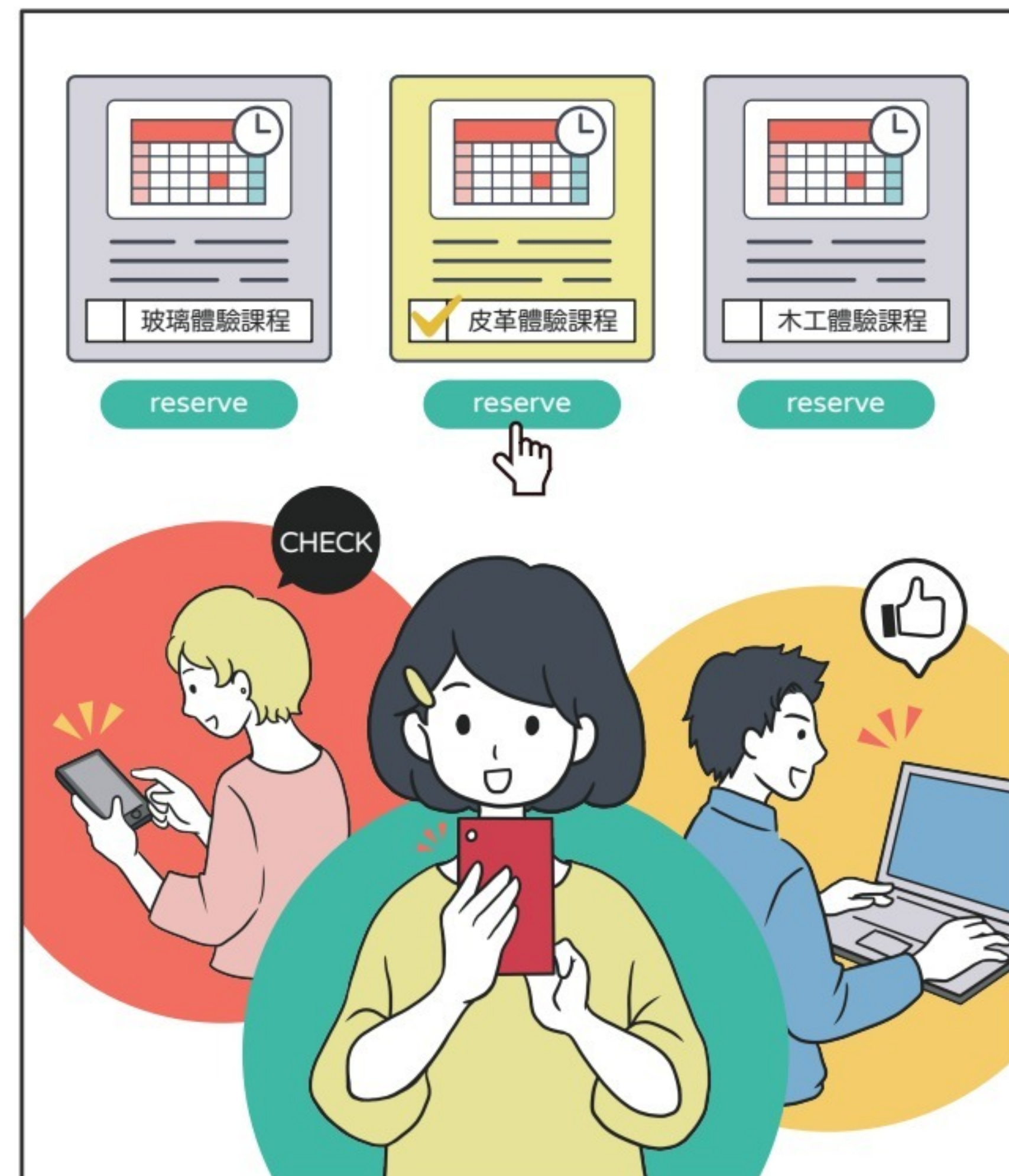
STEP
03



輔導效益

每年節省5萬元的廣告支出， Line經營熟客轉換率提高約5%

- ✓ 省下行銷成本，卻能提高轉換率
- ✓ 經營重心從產品到客戶，從職人轉型企業家



審計新村虎躍新程

Case Analysis

返回產業別

案例 01

小牛村

擺攤漂流異鄉為追夢
運用科技在家鄉圓夢

困境

砸近百萬開店，疫情衝擊訂單流失50%

創業初期擺攤累積粉絲，回台中砸百萬開店，疫情影響遊客數也讓小牛村訂單減半

轉型

打造專屬線上商城，串連Line官方帳號

新客只要加入好友就能購物，熟客也能擁有專屬的平台與店家溝通訂製產品

效益

會員數增加700位，線上訂單增加1成

3個月的時間就讓會員數從50位增加到700多位，透過行銷活動吸引熟客回購，帶動線上訂單數成長了大約1成

案例 02

青唐工作室

CHECK

數位轉型消困境・線上預約不漏接

困境

人工接單耗時耗力易出錯

每筆預約由人力花5-10分鐘重複確認，每個月會發生5-10次顧客臨時取消或是跑錯分店問題

轉型

數位化讓任何線上管道都能直接預約

導入線上預約管理系統，顧客可以透過店家的社群媒體或官方網站進到Line進行線上預約

數位會員卡—更方便經營熟客會員

儲存顧客消費紀錄後進行會員輪廓標籤，進而找出店家前20%高貢獻度的會員

效益

訂單溝通時間、錯誤率減少80%
並帶動20%+的回頭客

訂單溝通時間與顧客臨時取消、跑錯分店問題減少8成，而增加20%的回頭客為店家創造近30%的業績

打造青創數位聚落【饗玩冬山】

整合在地體驗・數位行銷串聯店家

冬山以山明水秀聞名，但在此開業的店家行銷上較為傳統，加上疫情影響遊客人潮與消費模式，使店家面臨行銷轉型與在地文化流失的挑戰。店家因此建立Line會員機制以及線上線下行銷活動，希望藉由打造冬山在地化特色商家及串聯合作，讓外地遊客產生在地黏著度，提升遊客回流率。

STEP
01



痛點

在地特色與行銷力偏低

- ✓ 商圈知名度較低
- ✓ 疫情衝擊，遊客減少
- ✓ 無聚焦串聯在地特色，店家各自為政

STEP
02



解決方案

在地化感受，提升回購

- ✓ 建立群聚會員機制串聯特色店家
- ✓ 數位工具舉辦線上會員活動，增加黏著度

STEP
03



輔導效益

會員數成長超過3,000位 整體營業額提升

- ✓ 整合O2O行銷 串聯店家增加曝光效益
- ✓ 顧客轉換成線上會員，提升後續回購



案例 01

冬山驛青年旅館

行銷背包旅宿 數位串聯在地合作

困境

難掌握顧客來源 服務量能不足

較難掌握顧客對活動喜好及客群屬性，難聚焦興趣舉辦活動，顧客回流與產生消費機率不高

轉型

數位工具配合行銷
顧客即時掌握活動

導入Line@會員機制推播店家消息，讓旅客知道活動資訊後引發興趣報名，持續為行銷加分

效益

成功強化顧客黏著度

導入QR Code資訊分享，Line@會員推播推廣民宿特色，針對回應旅客分析屬性及偏好活動，對顧客管理及營業額有成長效益

案例 02

冬瓜山農創文創館

青農創業 品牌數位轉型

困境

在地化特色連結與
行銷曝光管道不足

主力消費者為外地遊客，店家在商圈知名度較低且曝光不足，營業狀況呈現下滑

轉型

虛實管理數位整合 提高營運效率

導入會員集點管理系統，建立店家官方Line@帳號串聯店家，結合線上與合作店家推播商品及在地活動吸引遊客

效益

在地連結有感
會員數成長超過800人

利用Line@、Ocard與社區在地店家推薦與協助，透過社群推廣再行銷，帶動線上會員數成長超過800人

案例 03

聊吧ChatBar

青年創業 數位串聯轉型

困境

受疫情影響
外地來客數銳減四成以上

遇到解封前的疫情高峰期，來客數銳減四成以上，加上商圈知名度低與缺乏店家串聯機制，難以打出在地口碑與曝光率

轉型

導入Ocard系統建立群組
串聯場域店家合作

導入Ocard系統並開設Line@舉行線下集點活動，並與店家串連舉辦實體活動吸引外地遊客加入

效益

數位串接店家與O2O帶動
社群按讚人數成長50%

數位工具配搭線下行銷活動，虛實通路曝光綜效帶動線上會員及社群追蹤、評論人數成長

數位整備再啟奔馳動能【彰化扇形孔廟】

傳統到數位轉型・場域雲端串聯整合

彰化扇形車庫為臺灣縣定古蹟之一，在疫情衝擊下觀光客銳減，消費型態改變，加上店家多半以紙本記錄，因而面臨後疫情的經營挑戰。透過計畫，第一年打造專屬的數位平台，讓店家運用手機就可即時收單，並運用紅利金功能提高會員回流率，第二年串聯社群深度經營會員分眾，透過數據分析和預測顧客需求，建立更緊密互動。

STEP
01



痛點

數位化程度低，資訊傳遞不易

- ✓ 後疫情零接觸，客人消費型態改變
- ✓ 場域店家凝聚力不足

STEP
02



解決方案

數位訂餐效率化

- ✓ 教導企業使用訂單系統加速店家處理流程
- ✓ 以紅利金機制提高會員回流率

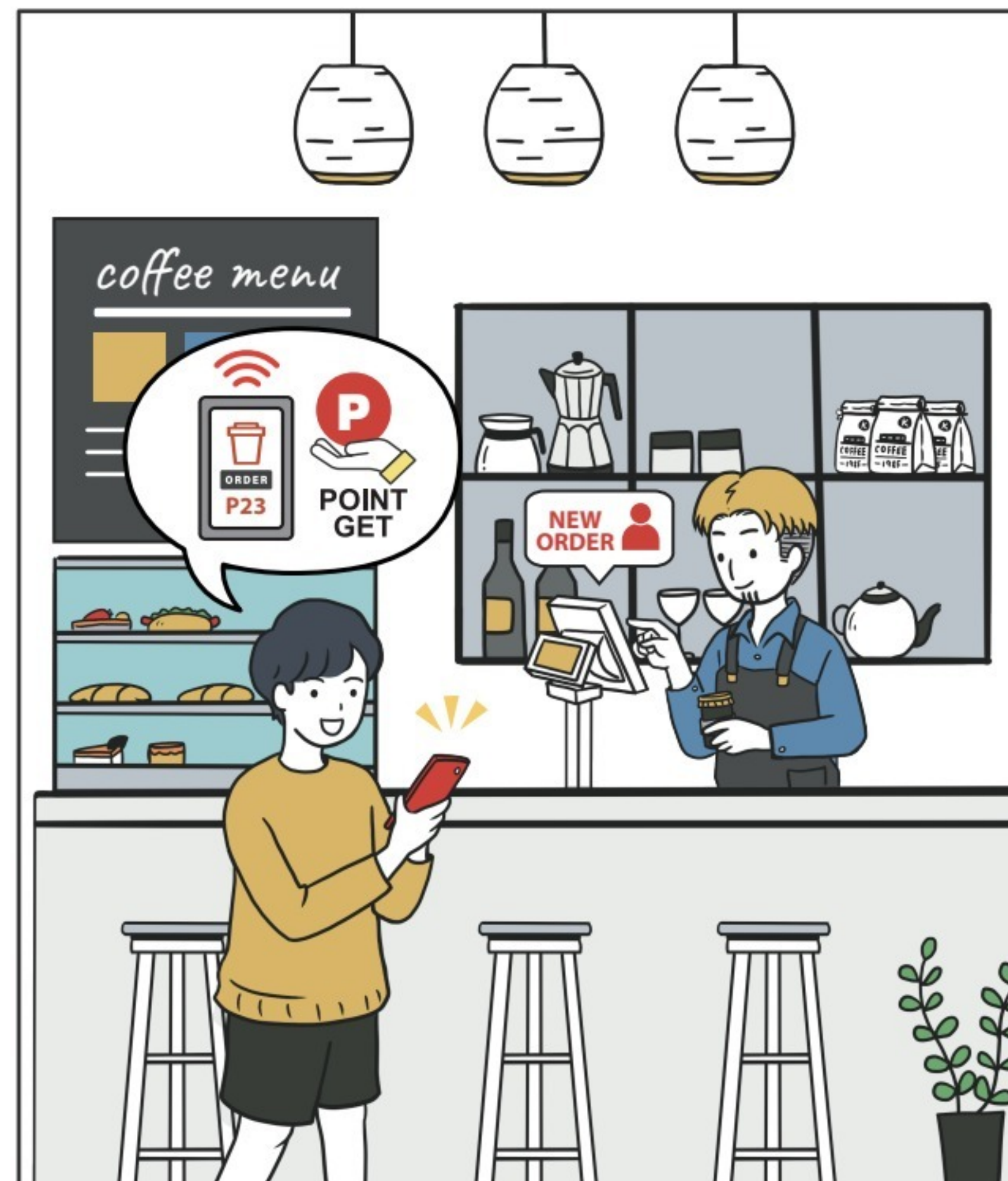
STEP
03



輔導效益

兩年來創造近9千筆訂單
總營業額提升2,000萬元

- ✓ 會員紅利金擴散場域店家，刺激消費意願
- ✓ 後台數據分析，掌握客群屬性



案例 01

尚好台南鹹酥雞

數據分析引領 備貨決策效率化

困境

疫情衝擊 電話訂餐影響出餐效率
電話訂餐時，店家無法準確回應取餐時間，造成現場購買與訂取餐群眾的排隊人潮

轉型

線上訂單改善排隊問題 掌握數據有效備貨

導入線上點餐系統與後台數據分析，可控制出餐時間，易統計客源類型及銷售品項做後續調整

效益

數位工具易操作 客群成長1~2成

後台數據分析熱賣品項，節省備貨時間，以及使用線上訂單系統，帶動客流量成長1~2成

案例 02

萬鼎牛肉麵館

數位接單效率化 優化顧客服務品質

困境

疫情嚴重打擊 單日來客數為0
疫情期間來客數銳減並休息半年重整營業

轉型

思考數位轉型 網路趨勢發展接單流程效率化

加入店家Line@ 使用預訂/點餐系統讓客戶下單，有效優化購物流程與現場等待時間成本

數位與行銷齊下 效率及業績上揚

後台管理訂單並統整會員資料，分析主要客源屬性做行銷推廣，增加回流率，分析熱賣產品，助於備料方向，減少過度備貨造成之浪費

效益

營運成效佳 增加約30%客源

增加3成客源，搭配節慶或活動紅利金加碼，營業額與會員數也持續提升

案例 03

玫創櫻花

數位抗疫有秘訣 顧客價值推頂點

困境

疫情風暴洗禮 咖啡廳轉型找出路

在台灣脫離疫情高原期開幕且隱身於巷弄，因此黯然無名

轉型

社群經營整合線上點餐 增加曝光更提升營運效率

建置Google評論與Facebook粉絲團，增強網路能見度，並運用點餐系統簡化點餐流程，更可依後台銷售數據調整季節性產品

效益

搭配紅利金 創造90%顧客回購率

Google評論每月40筆、Facebook每月62人的速度成長，而桌邊點餐節省30%的服務成本，更利用紅利金帶來高回購率

傳統市場數位啟航【成功之味】

傳統經營步入數位集客・打造市場數位服務

臺北成功市場雖然環境搬遷升級，但人力、服務能量與集客能力都有限。為突破這個困境，店家導入線上點餐，有效的減少人力作業時間，同時也加速訂單處理效率，不僅優化攤販的作業流程，也帶動整體場域客源的增加！

STEP
01



痛點

消費型態改變 缺乏數位應用

- ✓ 疫情使消費行為改變, 外送比例增加
- ✓ 難逐一核實訂單, 花時間且易出錯
- ✓ 數位工具應用待提升

STEP
02



解決方案

線上系統點餐流程易操作

- ✓ 一對一教育訓練, 協助操作解決數位疑慮
- ✓ 訂單數據轉化視覺分析報表, 節省人力確認

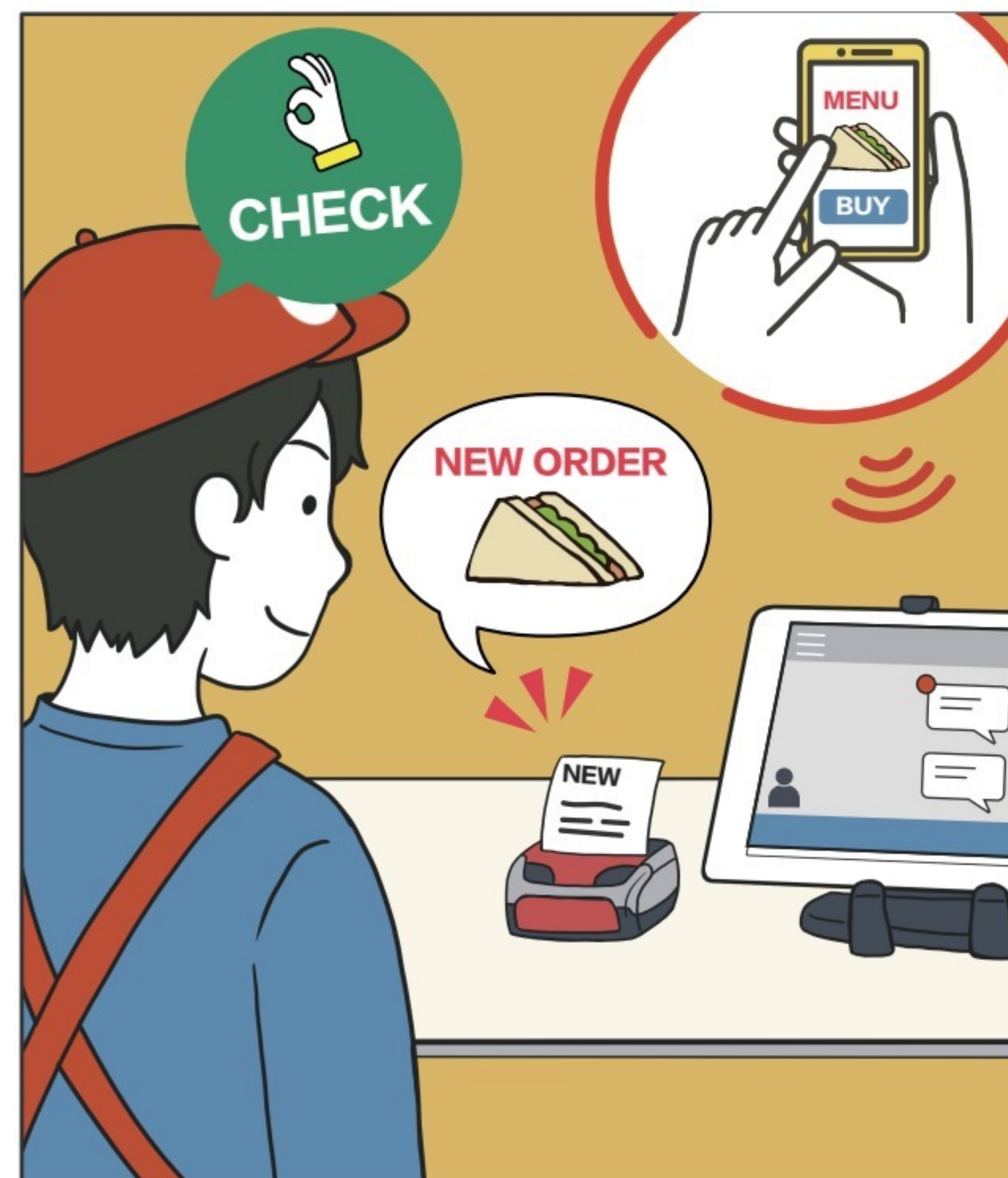
STEP
03



輔導效益

提升營業總額約300萬，整體客源增加

- ✓ 優化內部備餐作業流程及人力應用
- ✓ 達「線上訂購、線下取貨」效率





案例 01

生鮮黑毛豬

二代迎科技應用 · 吸引年輕客源

困境

疫情來襲，訂單數量瞬間歸零

疫情使外送比例增加，難逐一核實訂單量，以及既有客源以年長者居多，年輕客源較少，故欲拓展新客群

轉型

導入線上訂餐平台
吸引年輕族群與訂單管理效率化

導入數位工具串接Line@提供線上系統訂餐，肉品圖片與資訊明確，節省下單時雙方溝通時間

效益

系統上手簡單 強化長者使用與吸引年輕客群

店家細心教導年長者快速上手，搭配宣傳行銷，如部落客撰寫、店面文宣吸引年輕客群

數位轉型與行銷曝光綜效
網路外送接單量提升3成

透過導入數位工具，以及場域店家線上聯售產品，外送量提升三成

案例 02

滷味灶咖

二次創業數位轉型 · 建立效率化管理

困境

傳統實體販售多為常客 較少新客源接觸管道

以周邊商辦舊客為主，在疫情影響消費模式與共食空間發展下，如何維持既有客群並開發新客源為主要待改善問題

轉型

數位整合 提高營運管理效率

導入數位工具Line官方帳號提供客人線上訂餐，運用點餐系統掌握製作時間提升效率，後台數據掌握客人偏好，並於未來調整備料狀況

效益

數位轉型應用 訂單量成長20%

整體生意比導入前成長一倍，並提升20%的線上訂單量，也成功與公司行號合作，持續開發團客外送拓展客群

「夜市仔」的數位新天地【南機場夜市】

數位轉型新氛圍・傳統夜市添風采

夜市是台灣文化的縮影，尤其南機場夜市周邊保有早期特色建築風貌，並獲米其林美譽與CNN報導，因此吸引國內外遊客慕名前往。然而，疫情爆發對夜市經營造成重創，降低接觸風險的「多元支付」也被用於欺騙造成店家損失。在計畫輔導後，引進社群媒體、雲端點餐預訂系統與行動支付音箱等工具，帶動整體營收約500萬元，而粉絲數量更成長237%！

STEP
01



痛點

疫情封關 重創夜市攤販生計

- ☑ 疫情席捲後, 長期的防疫措施使得遊客稀少
- ☑ 消費者以多元支付假畫面欺騙攤商

STEP
02



解決方案

攤商攜手轉型 笑迎疫後挑戰

- ☑ 引進雲端點餐與行動支付音箱帶來便利
- ☑ 整合社群經營將夜市文化推向國際

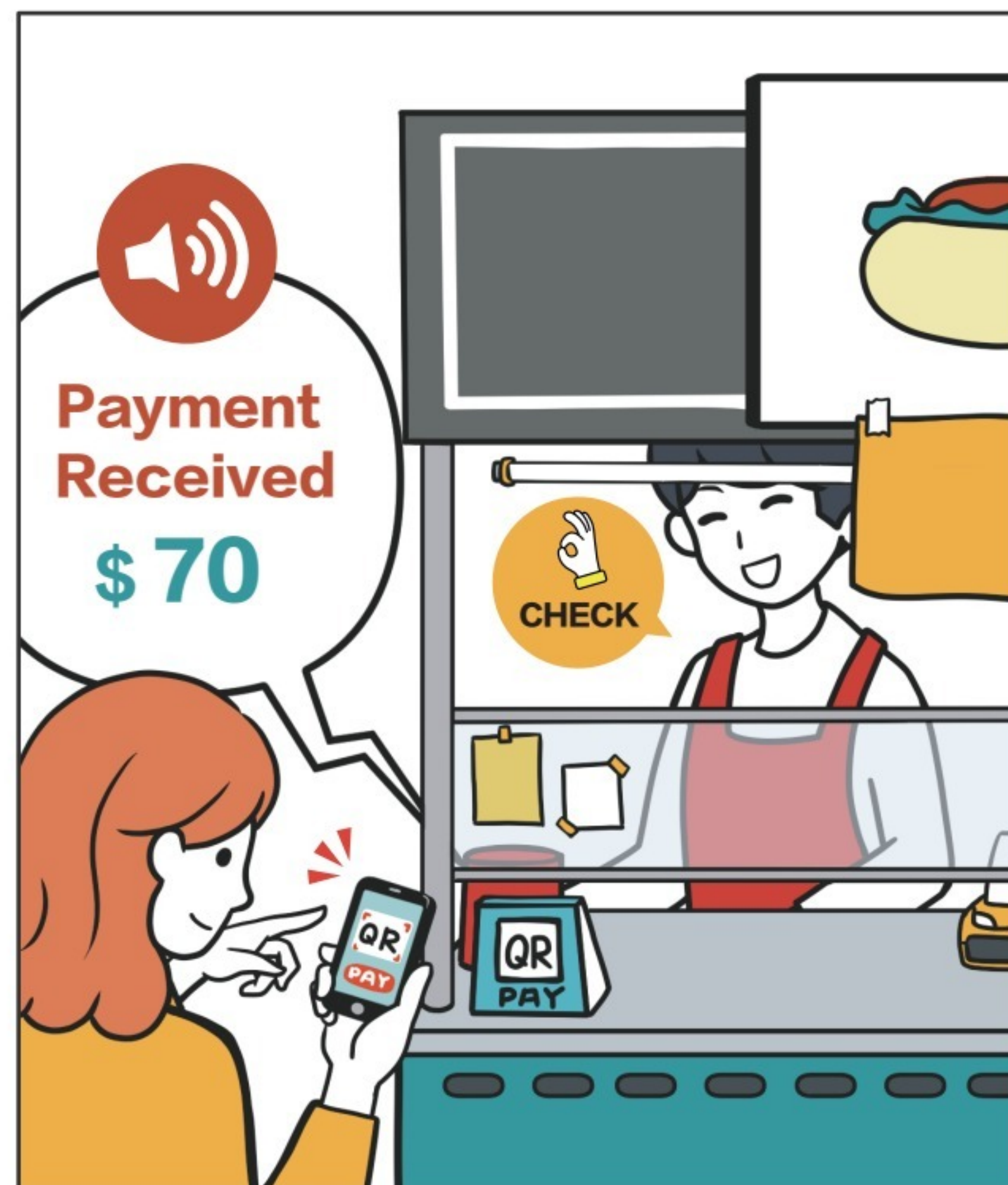
STEP
03



輔導效益

以群聚力量 共創多贏！

- ☑ 以群聚的力量發出光芒吸引國內外饕客
- ☑ 同步帶動營業額與粉絲數成長



案例 01

捲捲村

堆砌數位新體驗
帶動營收攀高峰

困境

經營轉型之初 即面臨疫情風暴

傳統熱食轉型甜點之路崎嶇，轉型一個月即面臨疫情席捲，疫後夜市人潮銳減，客群流量不穩定

轉型

社群擴大客群 預訂加速營運效率

透過社群媒體擴大客群後，捲捲村順利渡過疫情造成的歇業危機，並運用線上預訂系統與行動支付音箱，加速營運效率緩解排隊人潮問題

效益

增加30%的網路客 帶動整體營收成長

搭配Google評論、Facebook與部落客影音推廣，捲捲村增加30%網路客，線上預訂系統還帶動營業額提升9.4萬元

案例 02

大腸包小腸

線上點餐新趨勢
點燃轉型驅動力

困境

疫後再現人潮 但人流不穩定

老闆不畏疫情轉換跑道，但人潮只在週末出現，且一人經營導致排隊問題也讓老闆傷透腦筋

轉型

線上預訂與支付音箱 提升店家數位力

採用線上點餐預訂系統簡化點餐流程，也減緩老闆一人分飾多角問題，更透過行動支付和音箱通知工具，有效率地降低收款、結帳的人力成本

效益

網路客提升15% 粉絲增加576位

搭配社群與影音媒體推廣，大腸包小腸增加了15%網路客，Facebook粉絲數在半年內，從0位成長到576位



揉合傳統與現代的數位寶庫【南屯老街】

疫後老店難經營・數位轉身迎商機

臺中市南屯老街有著三百年的歷史文化，在疫情衝擊下，不僅讓聚集於此的店家喪失了顧客，也難以將深厚文化底蘊透過網路傳遞給新的世代。透過2年的計畫輔導，讓店家快速在線上展店，更打造O2O2O模式，將線上客戶引導到線下實體店面，再相互導購以創造更多消費，在短短兩年內創造了865萬元的營業額，將老街的整體收入推向前所未有的高度。

STEP
01



痛點

疫情與數位的雙重衝擊

- ✓ 疫情衝擊，傳統的經營模式難以生存
- ✓ 線上線下通路未整合，喪失再行銷機會

STEP
02



解決方案

整合O2O2O模式 打造百年數位老街

- ✓ 引進線上開店平台，將商品傳遞給新世代
- ✓ 虛實通路整合，精準行銷相互導購

STEP
03



輔導效益

數位結合傳統 再現百年榮景

- ✓ 推高老街整體營業額，並帶動多家業者成長
- ✓ 將持續推動跨境電商，創造另一種台灣之光



案例 01

仲泰商行

打造數位新食代 開啟服務新商機

困境

傳統職人經營 難以突破營收天花板

以職人精神單獨經營著特色餐廳，僅透過 Facebook 推廣，客源較為單一因此營收受限

轉型

參與蛻變營 打造出新經營模式

利用落葉為客戶帶來擺盤的樂趣，打造出新經營模式，並運用 Google 評論、Facebook、AI、線上預訂等數位工具，吸引潛在客群也提升營運效率

效益

線上銷售增加 10% 數位收入飆升

Google 評論短時間內增加了 69%，透過 Facebook 和 Google 評論整合線上點餐系統更讓數位收入增加了 10%

案例 02

初知味

童年滋味網中遊 網路風靡高回購

困境

埋首麵包烘焙 對創業與數位毫無頭緒

店長手藝精湛，卻對創業和數位世界的複雜網絡毫無頭緒，造成顧客無法累積

轉型

推動社群媒體與開店平台 無縫連接

認真經營社群媒體，在精美圖文附上購物網址，將客人引導至開店平台，無縫連接的整合，提高店家整體銷售量

效益

品牌知名度擴大 成功激發顧客購買慾

Google 評論數由 0 成長到 68 則、Facebook 粉絲人數成長 330%，短時間開創 6 萬元的線上收入，且超過 50% 的顧客一次購買麵包數量超過 5 個



突破疫情困境的數位離島【澎湖馬公】

打造數位員工・挺過疫情海嘯

台灣的觀光聖地-澎湖，因受疫情造成遊客數量下跌，仰賴觀光維生的業者面臨前所未有挑戰。因此透過計畫輔導，第一年客製化打造店家專屬的虛擬員工服務，第二年則建構線上線下(O2O)的整合模式，讓店家用手機就可以做生意，更引導客人將線上的探索轉化為線下的真實體驗，不僅突破了淡季沒生意的窘境，更讓實體通路服務效率變好！

STEP

01



痛點

疫情影響訂單與人力調節

- ✓ 疫情人潮只剩3%，衝擊觀光維生的店家
- ✓ 旅遊熱度反覆，人力調節與服務品質難以平衡

STEP

02



解決方案

打造虛擬員工 建構虛實整合

- ✓ 客製化打造專屬的虛擬員工服務
- ✓ 整合線上線下，創造無縫購物體驗

STEP

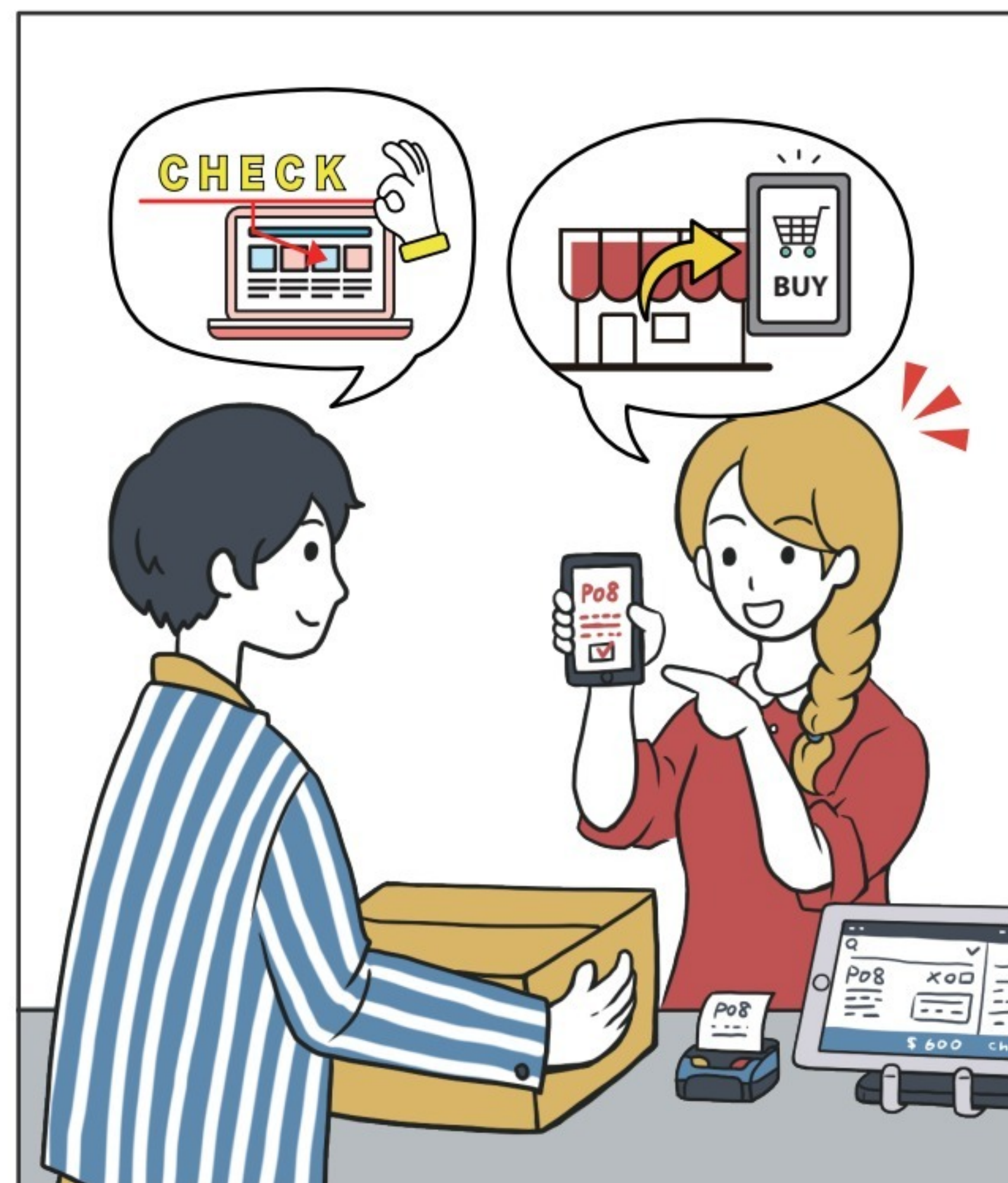
03



輔導效益

O2O虛實整合 創造近1,300萬營業額

- ✓ Google評論數成長近3成、增加1,793位Facebook粉絲
- ✓ 開拓線上通路、串聯綠色遊程創造營業額



案例 01

掌上明珠

冷鏈產品突破疫情
飛上雲端跨境銷售

困境

人力接單無法獲利

以傳統人力接單，且冷鏈系統宅配成本過高，導致經營難以獲利

轉型

上架OMO平台 智慧串接冷鏈物流

以OMO平台接單，並與當地物流洽談合作，降低冷鏈物流宅配費用

效益

節省2位人力 投入更有價值的事

節省抄寫訂單的紙張浪費與人力成本，更方便統計銷售數據，節省的人力可用於發想行銷活動

案例 02

海口峰水產

老字號澎湖新鮮水產
新科技強化消費體驗

困境

網路銷售 3年只有5張訂單

不曉得如何經營、更沒有時間靜下心來做網路商店

轉型

顧問到店輔導 強化數位能力

在Line團購導入揪好配代客下單平台，平台串接物流系統提供店面直送服務

效益

網路訂單 每天湧入20張

訂單量足足成長了4,000多倍，而省下的Line團購客服人力，則更有餘力發想行銷活動



案例 03

典醬家

E化加強數位力 · 淡季逆勢成長

困境

淡季營收 只占總營收1成

旅遊淡旺季營收差距懸殊，在淡季做各種銷售努力，營收仍只占1成

轉型

OMO開發新的銷售管道

上架至OMO平台，活絡粉絲專頁後，將人流引至網路商店購買

CRM酷碰服務 促業者合作

透過集點換優惠與贈品鼓勵自己的顧客到場域聯盟的店家消費

效益

會員數與淡季營收成長2倍

Facebook的會員數從1千位成長至2千位，淡季營收亦成長，占總營收2成

案例 04

樂晨早午餐

部署轉型新策略 · 數位點餐新體驗

困境

數位部署超前 但轉型不如預期

運用多種社群媒體及營運管理、行銷與顧客數位工具增加訂單收入更強化整體服務效率，但是在轉型效益部分卻沒有達到預期

轉型

簡化工具類型 深化顧客經營

數位工具在精不在多，重新盤點數位轉型需求與所需要的工具，強化桌邊點餐系統與社群LINE@官方帳號與Google評論的整合運用

效益

正確部署轉型工具 開創營收150萬元

Google評論提高潛在顧客好感度，並累積256位Line好友，創造回頭客二次回購，正確使用工具來客數提升40%、翻桌率成長5成



no.01

依需求找到轉型方向

小微企業可先找出自己公司待改善的問題，像是「結帳時間過長」或是「候餐時間過久」，可導入行動支付或線上點餐系統，進行數位轉型。



no.02

找到適合的解決方案

企業必須依公司待改善的問題找到適合的解決方案，而非尋求市面上最貴或功能最多的解決方案。



no.03

轉型過程須循序漸進

數位轉型過程必須循序漸進，需要長期規劃並且設計階段目標，轉型如同幫企業轉骨，熬過轉型陣痛期後，才能見到成效。

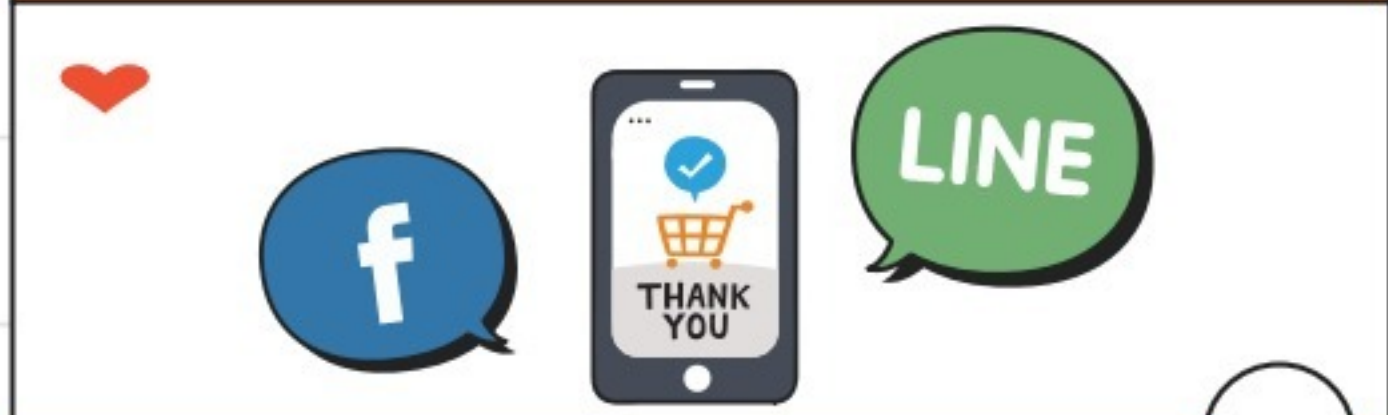


附件 - 數位工具市面價格

Appendix

[返回目錄](#)

社群電商



說明

整合店家Line帳號，顧客於Line OA消費後成為會員，可即時回覆會員問題，並可精準再行銷

費用 NT\$1,000元~2,000元/月

點餐系統



說明

行動點餐自動接單，可整合外送平台訂單，顧客點餐後成為會員，可進一步再行銷

費用 NT\$1,000元~2,000元/月

開店平台



說明

提供線上購物平台，記錄顧客消費資訊，可透過數據分析顧客行為再行銷

費用 NT\$1,000元~2,000元/月

線上預約



說明

提供顧客線上預約服務，店家可節省人工預約時間，並可串接Line OA，以利再行銷

費用 NT\$1,000元~2,000元/月

會員行銷系統



說明

結合Line帳號，記錄顧客消費資訊並累計點數，蒐集會員資料又可投放廣告

費用 NT\$1,000元~2,000元/月

數位行銷



說明

透過數位行銷工具（如Line熱點、Google我的商家、社群媒體專頁）進行曝光

費用 免費

no.01

評選

針對申請 111 年度與 112 年度雲世代小微企業數位轉型創新服務計畫之**場域型補助**進行**評選**



no.02

監測

共計 **56 案**計畫通過評選，由中小企業總會監測數位工具之後台數據流量 3 個月（例如訂單數、會員數等）



no.03

篩選

篩選出數據流量較高者，再跟據各縣市分布狀況與場域故事特色等，篩選出亮點計畫



no.04

分類

根據亮點計畫場域所使用之數位工具進行分類，共可歸納為 **6 類**數位工具

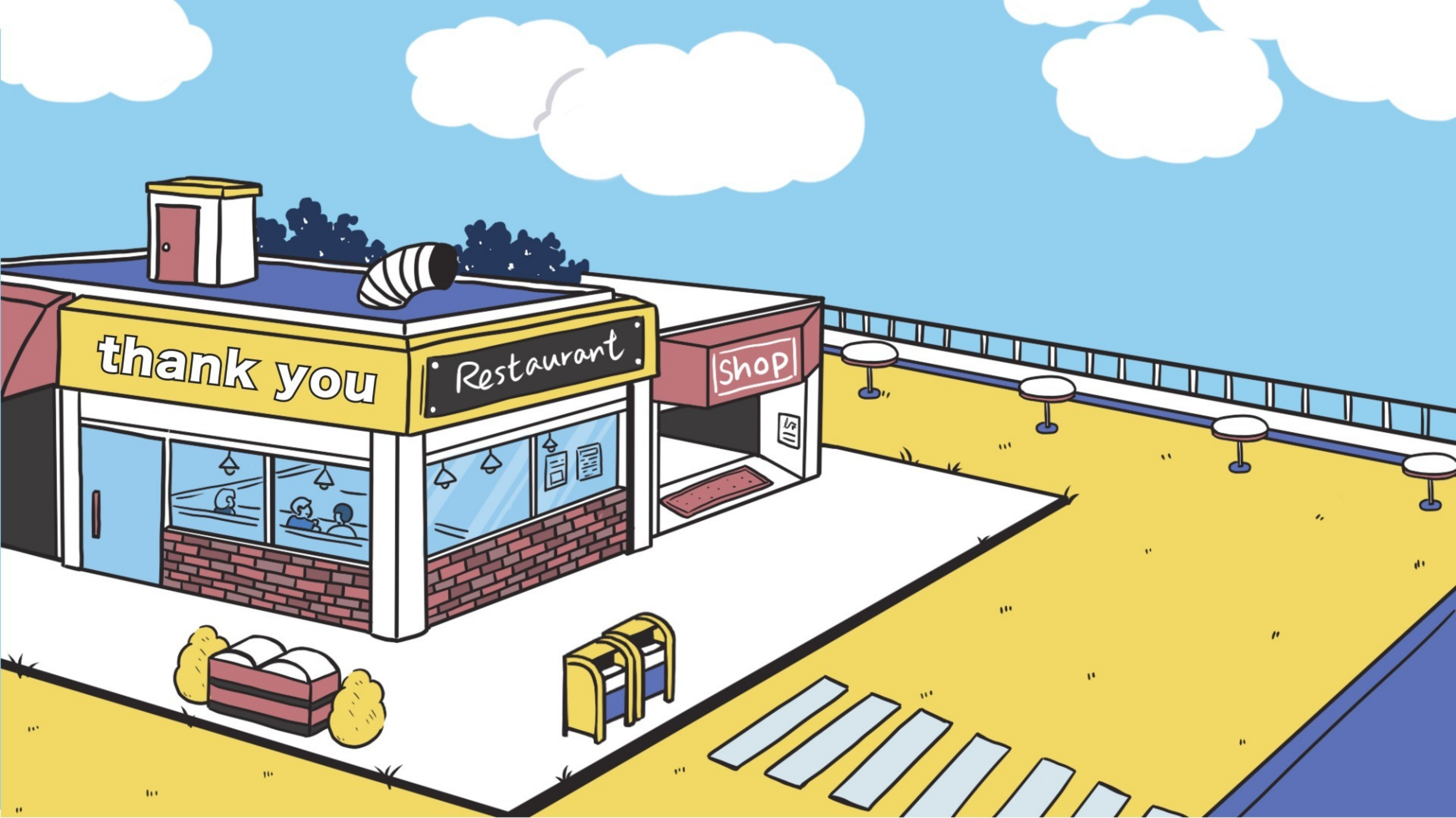


no.05

編撰

同意本計畫使用畫面之數位工具資訊廠商提供系統操作手冊，進而編撰成數位轉型應用教材





經濟部中小及新創企業署

SMALL AND MEDIUM ENTERPRISE AND STARTUP ADMINISTRATION
MINISTRY OF ECONOMIC AFFAIRS



中華民國全國中小企業總會

National Association of Small and Medium Enterprises, R.O.C.