

智慧零售-數位轉型與科技運用

全家便利商店 數位轉型辦公室
兼任關係企業全網行銷(股)公司

本部長 簡維國
董事長





講師簡介

- 姓名：簡維國 / Chien, Wei-Guo
- 現職：
全家便利商店 數位轉型辦公室 本部長
兼任關係企業全網行銷(股)公司 董事長
- 學歷：
高雄第一科技大學 行銷與流通管理研究所
淡江大學航海系
- 經歷：
人事部部長、營業部部長、商品部部長、
E-Retail事業部長(兼任關係企業全網(股)公司總經理)、
資訊本部長、E-Retail事業本部長
兼任關係企業精藤(股)公司總經理

Who is the King

Makers

Channels

Consumers

1962年
(wallmart)



1998年
(yahoo B→C)

yahoo!



Drive People

Omni channel形成

「全通路」(Omnichannel)零售時代：「實體與網路店面之間的界線會逐漸消失，世界變成一個沒有隔牆的展示間。」



Part 2 虛與實的整合

Wal-Mart

amazon Go

蔦屋書店TSUTAYA

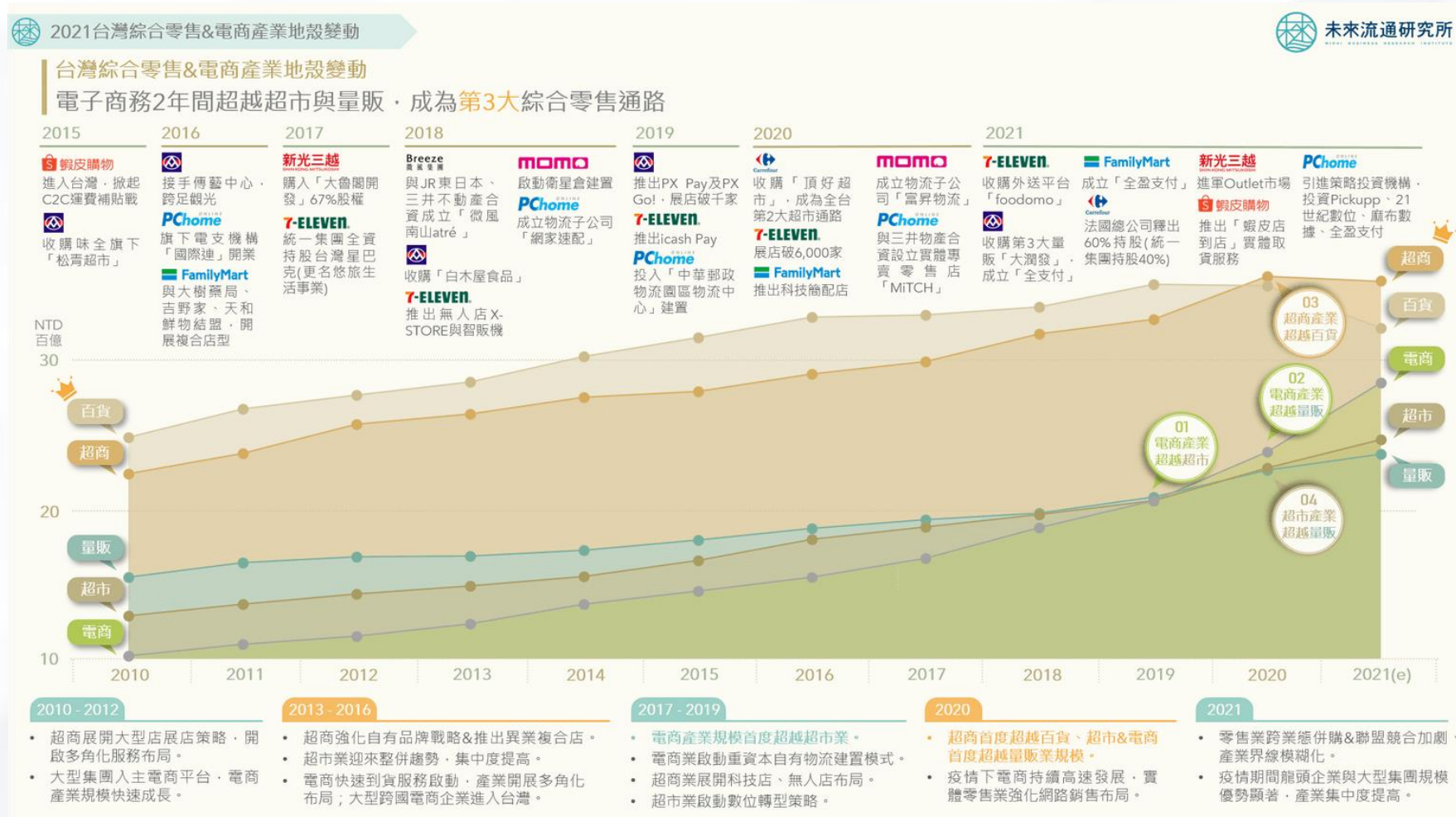


圖片來源: 東洋經濟週刊



2021台灣綜合零售&電商產業趨勢

- 2019-2020電商產業超越超市與量販，成為台灣規模第三大綜合零售通路：今年疫情影響下，1-9月百貨與電商產業規模，兩項產業營業總額僅相差117億，差距僅為同期電商產業規模的5.8%。
- 零售產業界限模糊化，多角化跨業布局成為企業共通性策略：全通路及OMO布局已成為全球零售產業主要發展趨勢。
- 跨業併購&聯盟競合加劇，領頭企業規模與經營範疇快速擴張。



資料來源:未來流通研究所

<https://www.thenewslens.com/article/158803#&gid=1&pid=1>

寄杯服務 → 「隨買跨店取」

2020年
>20億營收
(使用人次破千萬)

過去

1.經營接觸率
一個商品賣給很多人



2.寄杯單易遺失



3.寄杯只能同店領

現在



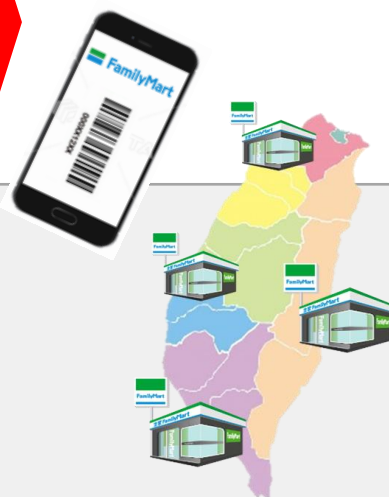
1.把顧客變粉絲
向一個人賣很多商品
2.增加「隨買預約取」，
兩天快速到貨！

3.寄杯存會員帳號，
用APP兌換超方便
(解決顧客消費痛點)

4.全台店舖都可領，
還可線上轉贈好友
(優化顧客使用體驗)

與店長溝通...

- 店舖銷售手續費
- 80%會在同店兌換
- 跨店取可吸引顧客買更多



店到店→「好賣+」一站式網路開
店服務

過去

1.A店寄B店取物流服務
(FamiPort APP
用寄件編號查詢)

2.取貨代收貨款
(買家在B店取貨付現金)

3.無法建立訂單連結

現在

1.整合三大完整服務

- 整合金流、物流、資訊流三大服務，提供賣家完善的寄件服務，為賣家提供更好的訂單管理服務。
- 提供賣家專屬APP管理平台查詢資訊。

2.可以多元支付

- 買家多了代碼、信用卡支付服務

3.賣場一頁式促銷網頁

- 當賣家建立賣場、上架商品完成後，即可分享連結至社群平台，買家僅需透過連結即可下單。



一鍵分享粉絲團、群組

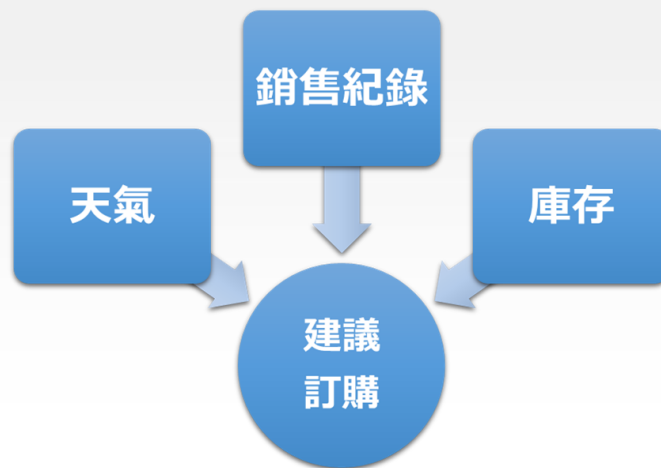
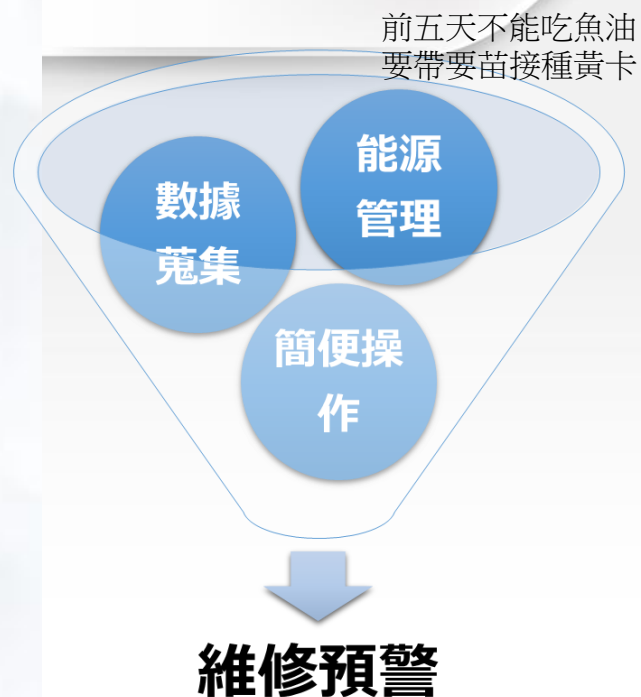


科技應用-第一代科技概念店

IOT 零售應用

建議訂購

消費者識別



目的：將既有科技概念店內，測試穩定&可快速複製 的設備抽取出來
以辦公封閉場域為主，希望以 輕勞務&自助體驗 為核心→延伸出科技簡配店型



辦公封閉場域

10樓會議室場域(全家同仁為主)

- 精藤、FedEx、第一銀行等
- 各單位與會外賓



測試穩定&可複製

- 自助結帳機
- 智能咖啡機
- 缺貨偵測提醒
- IOT監控
- 門禁系統



輕勞務&自助體驗

- 需在巔峰時間前/後進行補貨
- 店員結帳→**消費者自助結帳**
- 店員煮咖啡→**消費者自己兌換**
- 店員微波→**消費者自己微波**



Part 5

數據探勘-商機應用

麵包產能預測

利用了解麵包製程原則，納入200多個變數。
利用過往的紀錄，搭配機器學習演算法預估
未來七天產能。

天氣

星期別

活動

麵包
廢棄率

商圈立地判斷

依過往經驗將所在地用商圈做分類，但台灣是
住商混和並不適用。再納入人流，但仍有誤差，
因該商圈的客群不是便利商店族群

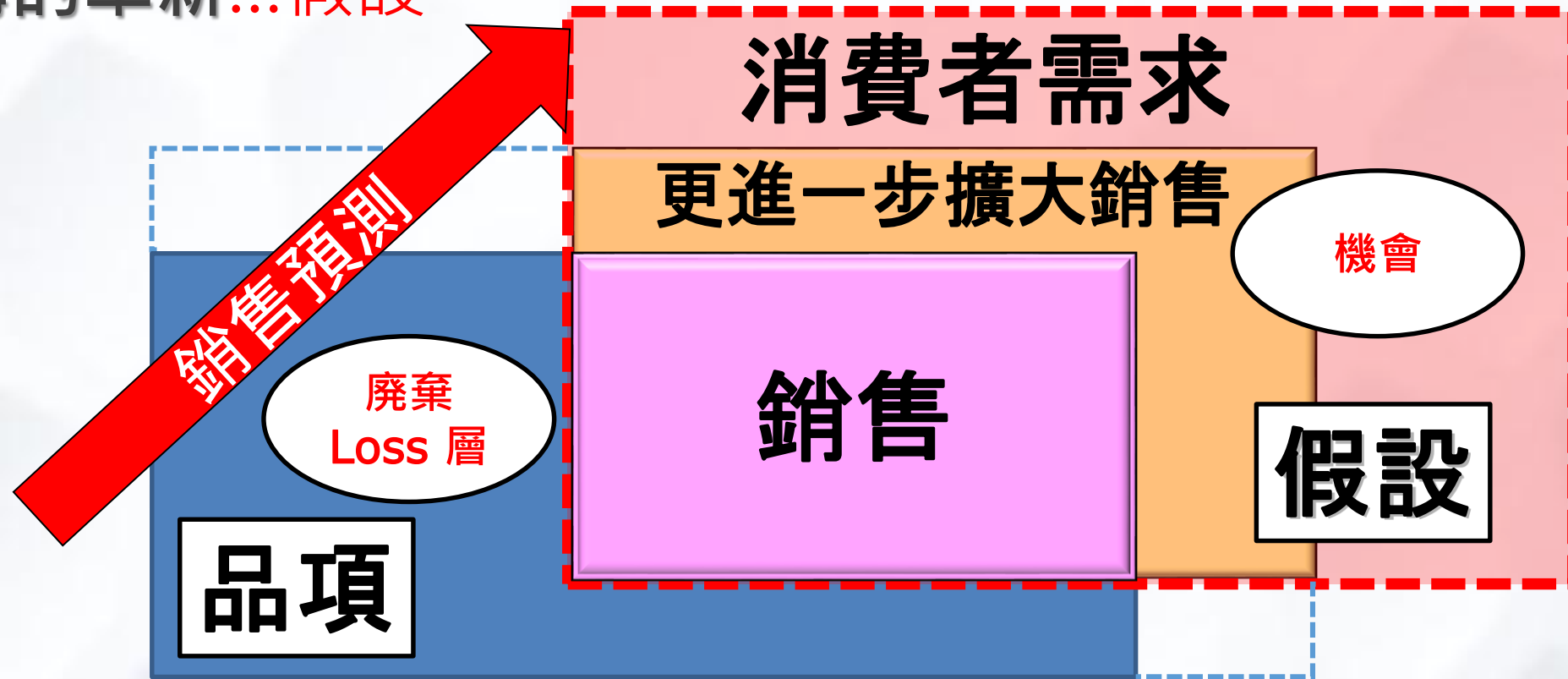


人口指標	50M	100M	150M	臺北市中山區	臺北市
總人口(人)	239	1,016	2,412	230,892	2,705,113
男性人口(人)	110	459	1,082	107,803	1,296,676
女性人口(人)	129	557	1,330	123,089	1,408,437
日間人口(人)	444	1,751	3,901	341,802	3,252,588
夜間人口(人)	239	1,016	2,412	231,850	2,701,220
人口密度(人/km ²)	30,430	32,340	34,123	16,642	10,045
戶口數(戶)	112	497	1,184	98,484	1,038,197
主要客群*	76	327	780	73,695	871,769

*主要客群=(15-19歲人口)*0.7 + (20-39歲人口)

Part 5 數據探勘-建議訂購

訂購的革新...**假設**



- ✓ 在CVS中如果訂購方面的能力弱，常會有商品不足的情況，產生機會損失。
- ✓ 品項數與消費者需求重疊的部分=銷售額。
- ✓ 預測顧客的需求→推測訂購數。

對訂購的預估

Part 5

Learning in Confusion

社會科學 ↔ 自然科學

相信上帝不擲骰子

自愛因斯坦(Einstein)



Learning in Confusion

結語

過去 ← 現在 → 未來
? (大數據) ?

系統扮演 打造有魅力 & 商品陳列豐富的賣場

提升賣場的工作效率、改善營運的業務、提供更多服務的店舖空間

- ✓ IT已從技術支援的角色，逐漸轉變成掌握新技術，主動出擊的部門。
- ✓ 經營者對IT的理解非常重要。
- ✓ 系統部門最能掌握新技術&情報，如何將相關情報活用是值得思考的課題。
- ✓ 因IT人員對於營業、行銷、商品領域較陌生，教育IT人員建立相關概念。

Thanks!

