

資訊科技工具

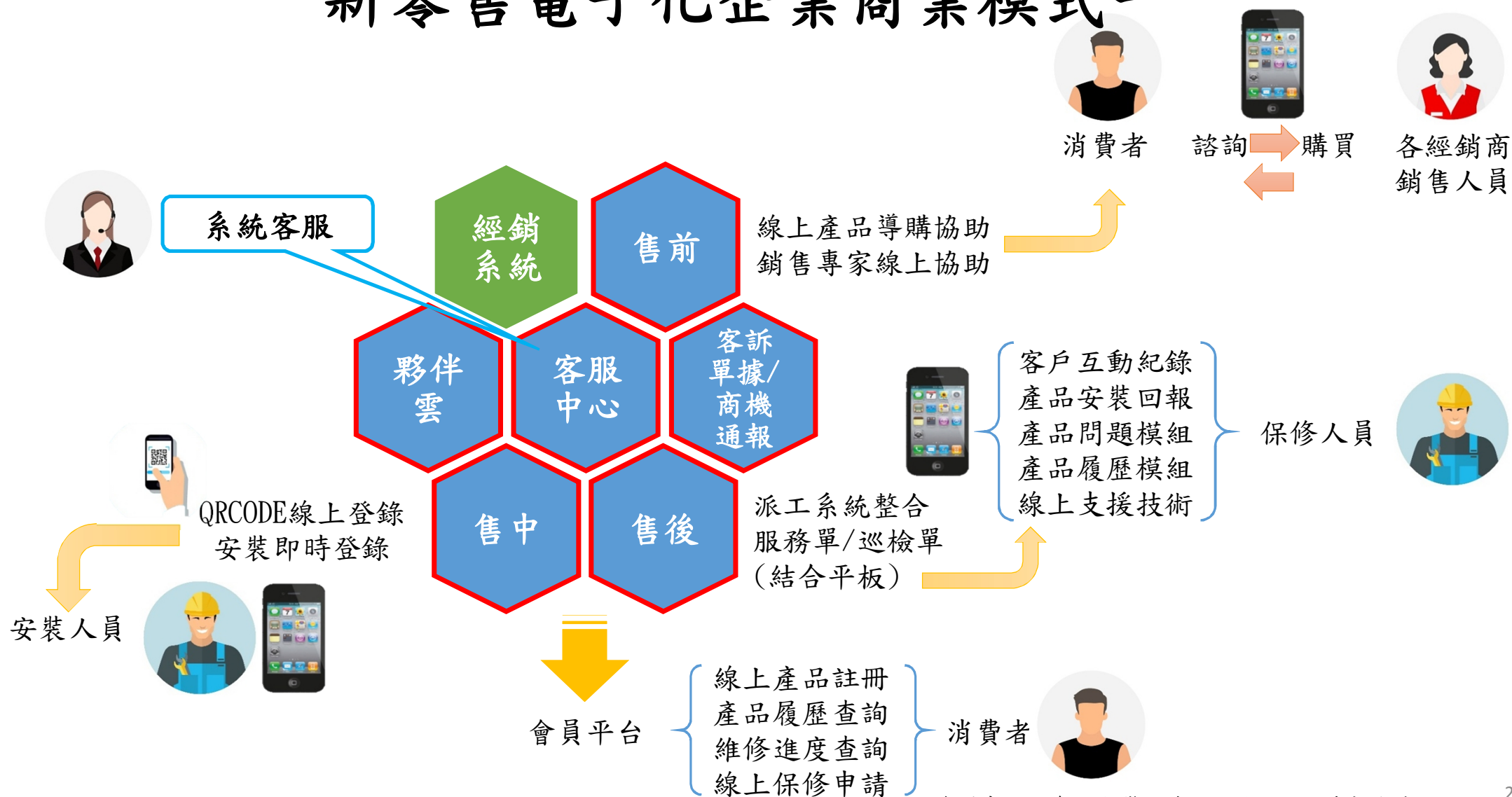
1.AI 2.5G 3. AR VR MR 4.MOD 5.Fintech 6.APP 7.OTT 8.大數據 9.人臉辨識 10.機器人 11.無人機
12.區塊鏈 13.智慧音箱 14.線上課程 15.聲控及語音助理 16.自駕車 17.穿戴式裝置 18.未來醫療室(4D)
19.寵物追蹤裝置 20.數位廣告 21.智慧互聯網 22.加密貨幣 23.虛擬錢包 24.小程序 25.視覺辨識
26.邊緣運算 27.商業智慧(BI)

流通業態

1.電信通訊業 2.影視業 3.便利商店業 4.量販店業 5.科技技術應用業(5G, AI, VR, 區塊鏈, 機器人) 6.專賣店業 (吳寶春, 歐克佬, BonPain) 7.寵物商店業 8.金融業 9.外送業 10.共享產業 11.咖啡業 12.超市業 13.電商業 14.無店鋪業 15. DIY家居業 16.百貨業 17.連鎖房仲業 18.醫療保健業 19.電競產業 20.中西式速食業 21.電動車業 22.眼鏡業 23.食品業 24.美妝藥妝業 25.電子書城業 26.中西式餐飲業 27.美容美髮業 28.其他

經營管理策略	行銷策略(4P)	無店鋪								全通路O2O					智慧物流	智慧製造	支付(金流)		顧客關係管理
										線上			線下				公有雲	私有雲	
1.成長	1.價格	電子書城	共享產業	直播(網紅)	網購電商	直銷	郵購	智能自動販賣機	電視購物	公有雲	私有雲	混合雲	有人管理店	無人管理店	智慧物流	智慧製造			傳統支付
2.差異化	2.通路																		
3.成本	3.促銷																		
4.聯盟	4.產品																		
5.創新																			

新零售電子化企業商業模式一



資料來源：參酌台灣櫻花公司電子化企業報告修正

新零售電子化企業商業模式二

企業

- 管理服務品質
- 經營客戶/夥伴關係
- 為電商/客製化鋪路

經銷夥伴

- 快速取得公司資源(支援)
- 深耕客戶(活動名單/報修/促銷/服務進度...)
- 免費經銷系統

其他子經銷

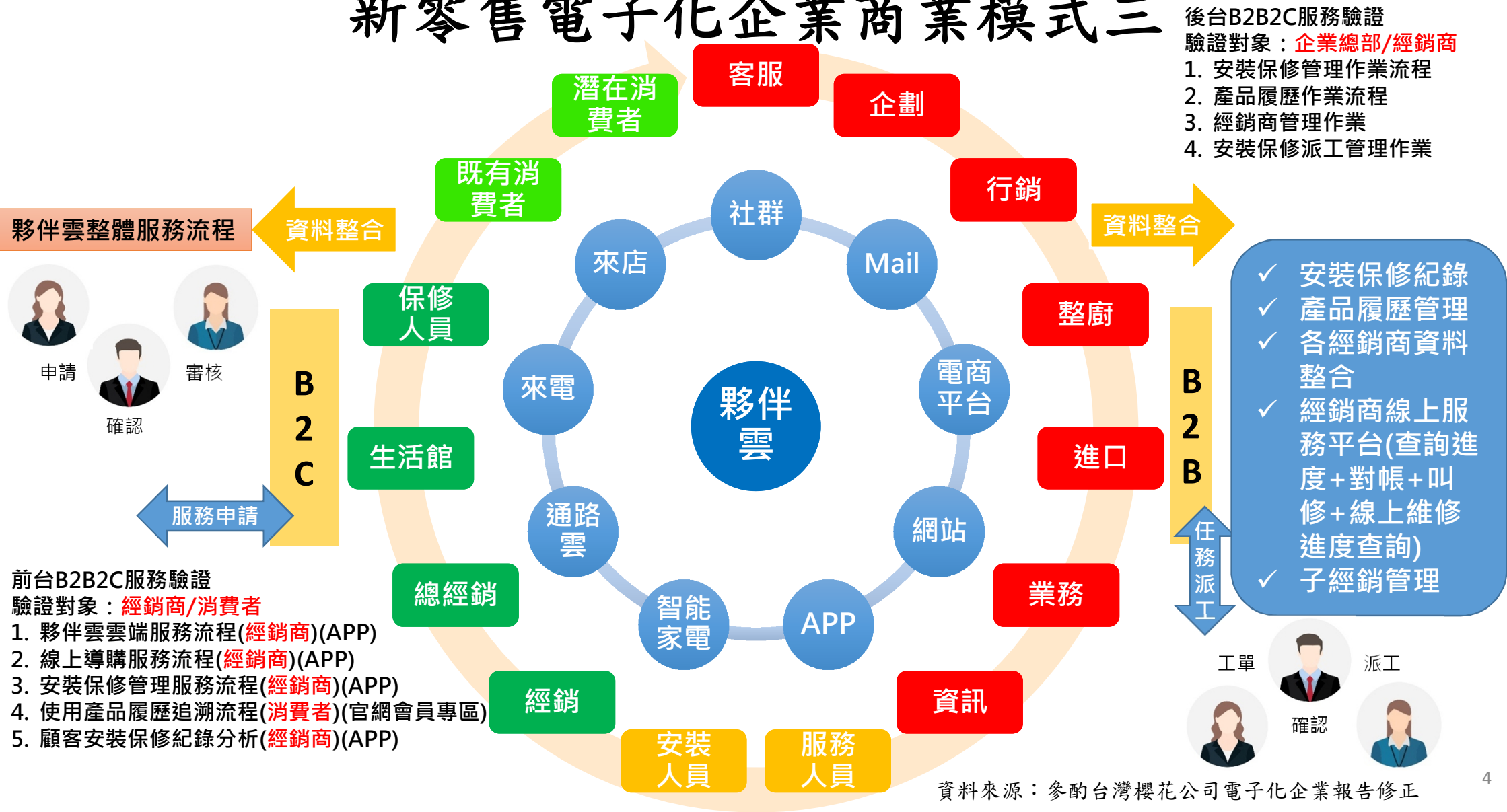
- 服務訊息立即快速
- 技術支援立即且充沛
- 服務業務商機

消費者

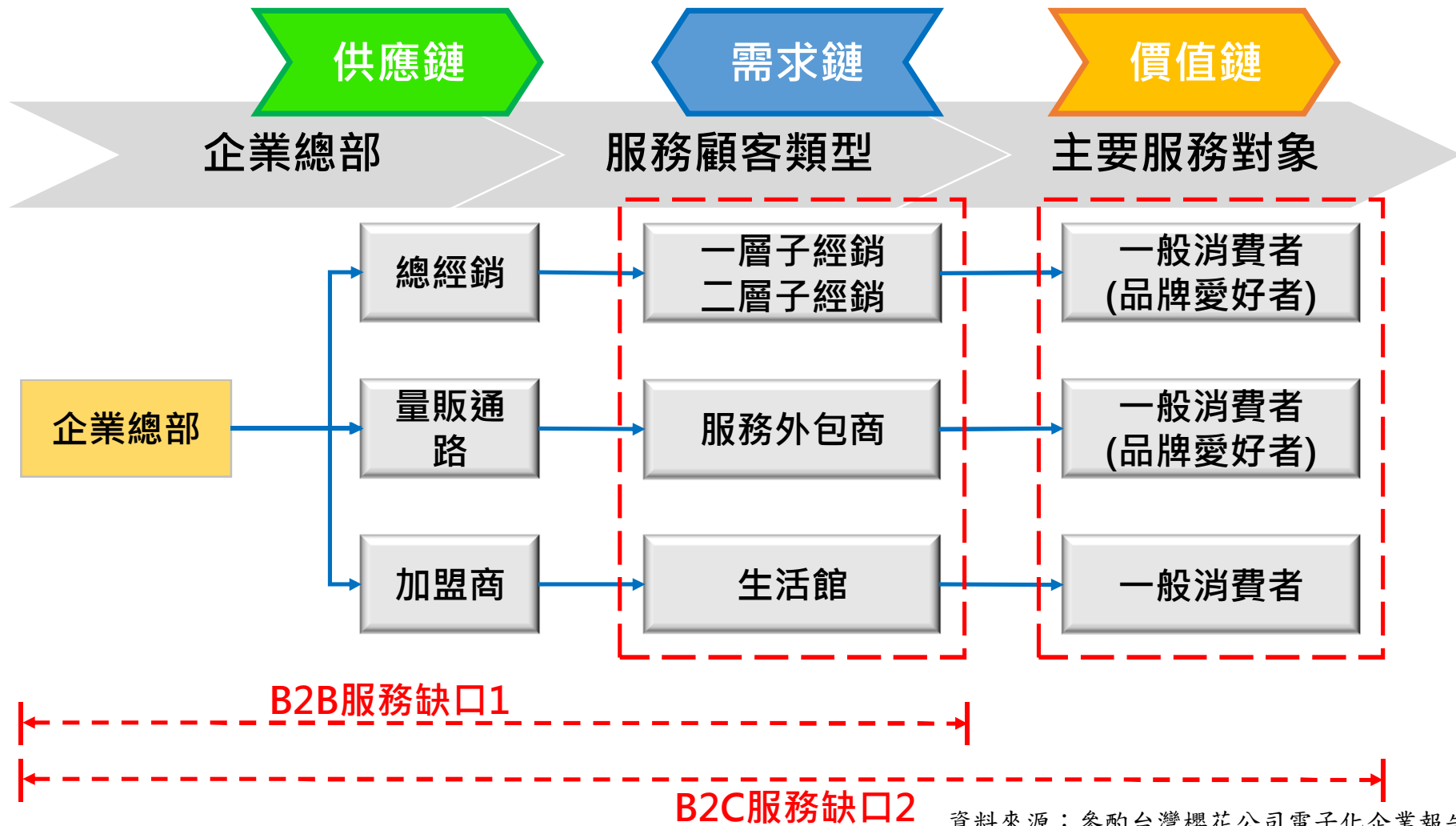
- 安裝/維修更專業、安全
- 訊息及時正確
- 服務管道多樣
- 自助服務

創造產業鏈升級，串接價值鏈(共贏)

新零售電子化企業商業模式三



新零售電子化企業商業模式四



資料來源：參酌台灣櫻花公司電子化企業報告修正

新零售電子化企業商業模式五

B2B服務缺口1

服務缺口

1. 企業總部跟各經銷之間顧客資料未整合，溝通易出錯，消費者並不清楚經銷商關聯性，易產生客訴，進而影響企業總部形象。
 2. 安裝紀錄皆未回報至總經銷以及企業總部，企業總部對產品安裝起始不易追查，易產生保固認定之客訴情況(目前僅有叫修部分有回傳)
 3. 產品履歷追溯：客戶端臨場安裝保修人員對產品履歷不易追查，維修管控易出錯。
 4. 技術服務考核皆以紙本統一考試，為訓練人員做測試指導並進行EIP技能檢定相當費時。
 5. 目前產品履歷各項資訊皆未整合，總公司對產品到總經銷以及下屬子經銷之後續產品線況不明。
 6. 各大經銷商以及子經銷銷售人員對產品了解不一致。
-
1. 目前顧客回函部分仍採取紙本回函，目前回收率約四成，在客戶管理上與保固維護上有很大資訊落差。
 2. 安裝人員皆屬總經銷下屬之子經銷，安裝紀錄皆未回報至總經銷以及企業總部，總公司對產品安裝環境未紀錄，對顧客產品安全之安裝環境性無法進一步了解以及紀錄。
 3. 目前產品資訊給顧客以及第一線經銷人員的主要產品關鍵資訊不足，不易擴散。
 4. 加強與各經銷商雙向溝通，對於公司在市場競爭優勢及維持利潤成長極具重要性。

B2C服務缺口2

資料來源：參酌台灣櫻花公司電子化企業報告修正