



創新
服務

體驗零售模式及其新零售 輔助技術開發計畫

綠拇指股份有限公司高雄分公司

成立時間：民國106年5月10日
計畫聯絡人：黃友宜
主要產品：農產及農產加工品
公司網址：<http://sojourn.tw>

採踏

農產 x 旅遊 x 文創

sojourn.tw

計畫創新重點

打造首間農產線下全方位體驗，線上消費實驗空間，全店以體驗為核心，將農產品加入門市餐點設計，利用餐點讓消費者了解食材真味，同時建立虛擬貨架形式取代堆貨，讓更多產品有曝光機會與空間，並透過門市專用App介紹讓消費者了解產品故事和生產背景強化後續之購買和轉換。

計畫介紹

近年線上流量成本大幅上升，農產於線上銷售面臨困境，而實體零售賣場固定成本又相當高，使許多優質小農產品無法進到通路曝光，透過本計畫打造以體驗為主新型態店面，除銷售特色農產融入之餐點，強化食之體驗和記憶外，其他產品只準備樣品不囤貨，讓客戶可親眼看到、試吃，再從線上購買，降低實體零售固定成本，讓更多小地方特色農產有曝光機會。

成果效益

- 透過試吃體驗及利用App讓產品產地資訊透明化，帶動現場產品銷售，平均單月增加5萬元，平均提升20%，單月約2萬元，並於活動月份創造單月40萬元業績。
- 增聘店長1人，協助訓練其他店員教學和引導消費者使用全新體驗服務。
- 虛擬貨架上架超過50種產品，商品示項提高100%。



線下門市

市場效益

台灣生鮮農產市場於線下仍佔超過90%，超過4,000億產值，有效將線下流量導至線上為本計畫期望達成目標。單店單月營業額至少20萬元，預估三年內成立5間門市可每年貢獻超過12,000千元產值。透過虛擬貨架方式讓曝光商品數量上升至一倍，降低囤貨成本10%。



掃條碼可用多元金流付款

創新 / 研發心得

透過這次研發和驗證，明確知道透過體驗更加深消費者購買和轉換，消費者通過教學後嘗試意願和轉換率高，有助台灣優質農產品推廣和銷售，並在台灣第三方支付更多人使用後，消費者購買金流之流程有更好體驗，能夠帶來更高轉換率，目標在實驗場地結束後轉換到正式店面營用並且延續使用。



計畫主要成員合照