

高雄消費通路資通整合行銷服務平台發展計畫

-威傳媒科技有限公司

創新重點

本計畫將建構一個完整的區域型通路店家資料庫，此一資料庫將來可有效加以應用，包括：協助通路進行CRM服務，提供電信業者給予消費者行動加值服務，提供諸如愛評網、Yahoo生活+等的更即時與完整的通路官方資訊，提供衛星導航系統商更豐富的應用內容。此平台將跳脫現有類似資訊平台(如：高雄on-Line、in Kaohsiung等)的營運模式，同時站在通路店家與消費者共贏的立場，並結合媒體、其他網路平台以及行動應用等，讓通路店家能提升行銷能力創造商機，又能提升自身的資訊數位化程度，同時可充實其他網路平台以及行動數位應用廠商的內容，讓消費者輕鬆獲取最及時的消費資訊，並以此活絡高雄地區經濟。

計畫介紹

根據中華黃頁資料，高雄都會區共約有5萬家登記有案的終端消費通路，涵蓋食衣住行育樂，但高雄的業者一直缺乏有效的媒體平台協助通路拓展市場能見度，而目前的網路平台與平面、電子媒體又多著重於北部店家的介紹，致使高雄地區消費通路雖有良好的服務能量，卻很難有效的將商品與活動訊息傳達給消費者知道。而高雄的區域型網站大多無整體行銷規劃與媒體曝光能力，流量始終不如大型資訊入口網站。因此，公司的研發團隊希望能在既有的通路整合計畫中，開拓數位資料庫應用平台以提升高雄消費通路資訊數位化程度，運用本公司與高雄捷運公司已建構的通路合作關係，成立企劃小組整合各店家的消費及折扣資訊，每月協助通路進行資訊更新，確保資料庫的「新鮮」。這個創新構想中，團隊希望不僅僅是資訊平台的建置，而包括跨平台的資源整合，與多個當紅的資訊平台(愛評網、掏評網、urmap...等)進行串連，將資訊數位化的優勢極大化，消費通路只要將資訊交給威傳媒，即可以快速的在各個不同的資訊平台更新。

市場效益

本計畫將可提升高雄地區消費通路的行銷能力，協助各消費通路將各種營業資訊刊載於不同的資訊平台，擴大消費者接觸的機會，提高消費通路的市場能見度。

成果效益

- 本計畫執行1年，新聘7名研發人員(含3位研發人員及4位生產人員)，使研發團隊更加完成。
- 本計畫協助提升各消費通路廠商進行資訊數位化，建立其後續發展資通訊應用服務之基礎，包含行動通訊應用、數位面板與數位菜單應用、LBS應用服務、及其他網路相關應用等。
- 本計畫提升高雄地區消費通路的行銷能力，協助各消費通路將各種營業資訊刊載於不同的資訊平台，擴大消費者接觸的機會，提高消費通路的市場能見度。



計畫之系統畫面-1



計畫之系統畫面-2

威傳媒科技有限公司

成立時間：98年2月

計畫聯絡人：劉廣琳

主要產品：整合行銷、廣告代理、媒體經營

E-mail：Karen6952@gmail.com



威傳媒科技成立於98年2月，初期以建立高雄在地媒體為主要發展，後逐漸轉型以資通服務、在地行銷服務為主軸，現今之主要業務，系以提供農業資通服務及整合行銷為主，運用政府資源協助農業轉為精緻發展。

執行經驗分享

本計畫最後因合作平台之技術整合問題，導致無法順利將會員擴充至500家，因此未能順利完成計畫目標，但仍有幾點值得分享之經驗：

1. 自金融海嘯發生後，高雄地區商業環境大不如前，許多通路商家面臨相當困境，使得店家更換率極高，極有待政府政策面的輔助，以協助提升整體商業環境。
2. 高雄地區多數通路店家對資通訊運用能力仍不足，多處於保守傳統的營運模式，因此仍有待進一步提供相關教育輔導。



威傳媒負責人-劉廣琳