

創趨勢：訂閱經濟的崛起，生活新選擇！

時間地點：2021/05/13 14:00~16:00 @新創基地

主講人：訂悅家 王秋鎮創辦人

王秋鎮創辦人於 5/13 前來新創基地參與創趨勢活動分享「從 APPLE、Disney 到 UberEats 都在搶攻的訂閱經濟，為消費者打造品味生活新選擇！」的主題，王創辦人分享他在奧美的工作經驗，以及發想創立「訂悅家」服務模式的契機，並藉此機會分享訂閱經濟這個商業模式的未來可能。

訂閱經濟用自動化幫助消費者創造時間的餘裕

為什麼需要「訂閱經濟」？王秋鎮創辦人有天在家洗澡發現毛巾破舊不堪，心裡想著下次去賣場時要記得購買，但他每次都忘記，後來決定上網搜尋「毛巾」，卻出現上千筆商品！面對琳瑯滿目的商品選擇，他反而不知所措，「一定也有人和我一樣，不想要有這麼多的『選擇』。」透過這個情境，他嗅出創業商機，於是決定藉此創業。

「訂悅家」的起心動念很簡單，要為下班懶得採購的族群，提供定期更新、賦予新鮮感、同時專屬個人的客製化服務。以居家為中心，讓消費者在家不用擔心家庭用品老舊或用竭，工作很累、生活很忙，這些小事讓訂悅家為他們處理，定期送上嚴選好商品，成為家中不可或缺的生活管家。

訂悅家能為消費者做什麼？除了幫助消費者不須囤貨，透過訂閱服務、自動準時送達以外，訂悅家還創造出驚喜感！透過有質感的禮物盒及小卡片，讓消費者賓至如歸。從填寫訂單開始量身打造：

(1)選擇商品；(2)確認商品規格與使用週期；(3)設定收件人及地址；(4)定期扣款相關資料；(5)訂閱完成。以上每一步看似簡單，其實都在解決顧客的問題，並透過「直送到府」與「隨時取消」，讓顧客不僅方便拿到商品，同時讓客人擁有訂單的掌控權。

創趨勢：訂閱經濟的崛起，生活新選擇！



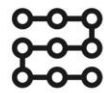
訂悅家創辦人王秋鎮分享 新創圓夢網 製圖
經濟部中小企業處



引人訂閱的四個理由

 1. 有新鮮感	新奇體驗	讓沒享受或是沒聽過的朋友，感受新商品驚喜
 2. 達人推薦	粉絲效益	親友推薦或與KOL合作未來已是社群電商世代
 3. 享受方便	直送到家	大賣場或許很方便，但都沒有送到家來的方便
 4. 隨時取消	必要條件	建立彈性的機制，讓消費者可以隨時取消訂閱

訂閱的三種類型



補充型訂閱



策展型訂閱



獨家型訂閱

成功的訂閱是挑品用心，客戶入手時驚喜又貼心

如何提高訂閱率？

但訂閱制該如何提高訂閱率？王秋鎮創辦人分享透過親朋好友推薦或與 KOL 合作業配，效果最佳，對訂閱制來說，訂閱前如何奠定品牌信任的基礎是很重要的課題，透過建立信任感，才能穩定為後續的訂閱服務。

訂閱經濟主要可分成三類：

1. 補充型：

像是牙膏、牙刷、沐浴用品，甚至內衣、內褲等需要定期更換的商品，目的是為顧客節省時間。

2. 策展型：

讓人充滿驚喜的商品類型，如：歪國零食嘴(將各種不同國家的零食，做成驚喜包)，目的是為顧客製造不同驚喜，讓一成不變的生活透過異國美食，滿足嘗鮮感。

3. 獨家型：

專屬獨家，舉例如白蘭氏推出的「健康定期配」，每月購買商品，獨享優惠，為最尊貴的貴賓提供優惠回饋價，為顧客創造尊榮感。

創趨勢：訂閱經濟的崛起，生活新選擇！
訂悅家創辦人王秋鎮分享 新創圓夢網 製圖
經濟部中小企業處

成功訂閱四步驟

 1. 顧客名單	關係經營	先有固定的一群受眾並與其 建立關係進行管理
 2. 顧客樣貌	清楚描繪	1.誰需要? 解決什麼問題 2.確定TA畫出 市場大小
 3. 消費歷程	怎樣曝光	如何才能讓人知曉您的服務、商品或相關優惠
 4. 如何做到	選擇平台	自行建立平台?或與支付端合作?選開店平台?

用戶退訂的理由

 想到再買	 不夠滿意	 其他價值
---	---	--

經營好顧客關係，先一步解決問題

成功訂閱四步驟

如何讓普通顧客成為「訂閱戶」，王秋鎮創辦人分享了以下四個步驟，缺一不可。成功訂閱的四大步驟：

1. 顧客名單：

訂閱制是建立於信任關係之上，所以勢必得先找到一群人，且品牌端(也就是你)與他們有良好的關係，再針對這群人的需求去設計第一批服務或是商品內容。

2. 顧客樣貌：

品牌端越能清楚描繪出顧客是誰、需要什麼、怎麼樣的內容可以解決顧客面臨到的問題，最後這些顧客才有可能成為「訂閱戶」。

3. 消費歷程：

確認顧客需要解決的疑難雜症後，怎麼讓 TA 曉得品牌端有提供相對應的解決方案？此時，需要的是適度的曝光，因為若無聲量，再好的商品也會乏人問津，現在已不是酒香不怕巷子深的時代。

4. 如何做到：

現在有許多方便的開店平台，企業可以選擇適合的平台。

王秋鎮創辦人在活動尾聲也特別提醒，有訂閱也就會有退訂，但方便讓訂戶可隨時取消是訂閱制的必要條件，所以企業應該要專注在如何讓訂閱制走得長遠，以下是王創辦人的三個小叮嚀：

1. 做出區隔：

找出差異化，用心挑選商品，才有足夠的競爭力。

2. 保留彈性：

臺灣目前訂閱制的市場仍不夠大，別把所有雞蛋都放在同一個籃子中，發展訂閱制的同時，也需要保有原本的銷售管道。

3. 創造驚喜：

以補充型訂閱來看，台灣人很常收到新品，卻沒把舊品丟掉，當家裡商品越來越多時，就會考慮不訂閱，所以適時製造驚喜，讓訂戶持續訂購非常重要。

(本文為新創圓夢網整理製作，如要轉載本文，請以連結形式註明文章來源，舉例：本文轉載自《新創圓夢網》)