



開在2F的7-ELEVEN

統一超商網路購物事業部

2014/11/18

壹

網站簡述



貳

商業模式-流量、商品、虛實互補

參

營運創新

肆

經營實績與得獎紀錄



統一超商7net購物網站大事記

- 2010/07/11 「統一超商7net購物網站」正式開站
- 2010/09 icash網路支付服務上線（2012/05配合業務移轉暫停服務）
- 2010/11 ibon「加入7net會員」服務上線
- 2011/06 ibon「7net非會員購物」服務上線
- 2011/08 導入全店贈品「網站滿額加價購」
- 2012/07 7net App商品快找功能整合至7-ELEVEN App
- 2012/12 導入「免集點滿額送」全店贈品，與門市活動同步
- 2013/06 門市、預購、網購三合一通路，OPEN電視開賣第一個月銷量即強佔當時電視市場市占率10%
- 2013/07 7net飲酒趣網站啟動「線上預約、門市鑑賞」服務
- 2014/07 導入點數會員綁定，網站與門市消費同步積點



架構完整的7-ELEVEN虛擬購物網絡

7NET
網路購物

- ※提供PC版、手機版、APP商品快找等服務。
- ※搭配全臺免費 7-WiFi 無線網路，連線即可瀏覽網站及購物。

- ※依據節令及檔期發行，門市貨架延伸。
- ※全臺門市配置DM架，引導消費者至櫃台結帳或利用門市ibon/7net網站進行訂購。

7-ELEVEN
DM預購



ibon
非會員
購物

- ※ibon 提供非會員【熱銷嚴選商品】及【品號訂購】兩種訂購模式。
- ※延伸實體門市商品差異化及提供完整性服務。

壹 網站簡述

貳 商業模式-流量、商品、虛實互補



參 營運創新

肆 經營實績與得獎紀錄



虛實流量互導

於虛擬通路購物，可同步累積icashPoint，亦可選擇門市取貨，滿額還可加購或兌換贈品



虛擬通路



社群媒體、行動社群App等使用者互動載具



實體通路



消費者至實體門市，可透過手機或ibon連線到虛擬通路



虛實整合商品開發策略



上架前的測試分析

- 廠商商品可透過7net進行新品試賣，提高商品導入門市成功率。
- 實體門市商品在7net進行「延伸性商品」、「網路限定」銷售測試。



上不了架的好東西

- 7net OPEN館為OPEN虛擬最大平台，擴充門市差異化OPEN優質商品。
- 陸續引進關係企業品牌與商品，如：康是美、統一藥品、星巴克、DUSKIN、統一獅棒球隊、黑貓探險隊、統一佳佳、BEING...等。



下架後的暢貨中心

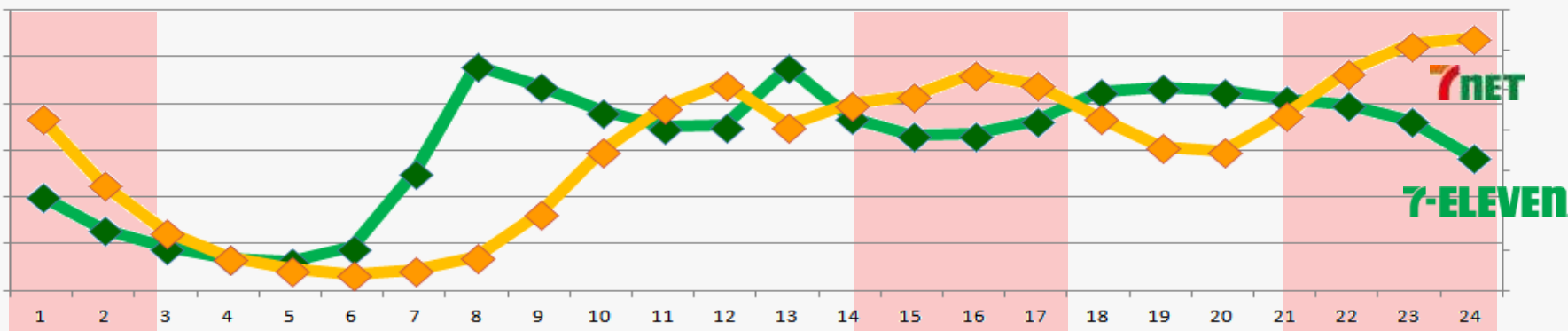
- 利用虛擬通路長尾優勢，讓7net成為門市商品下架後的暢貨中心。
- 7-SELECT商品、國際採購商品、全店贈品皆可移轉至7net銷售，降低商品報廢成本與庫存壓力。



虛實整合的五個互補現象

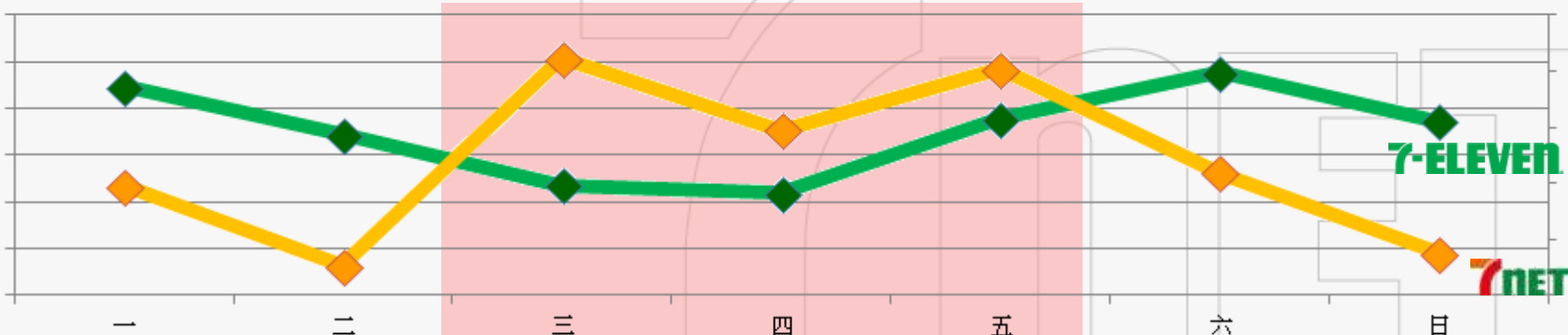
時間帶

辦公（上班）及非用餐時段是虛擬通路業績高峰，剛好和實體門市互補



週間帶

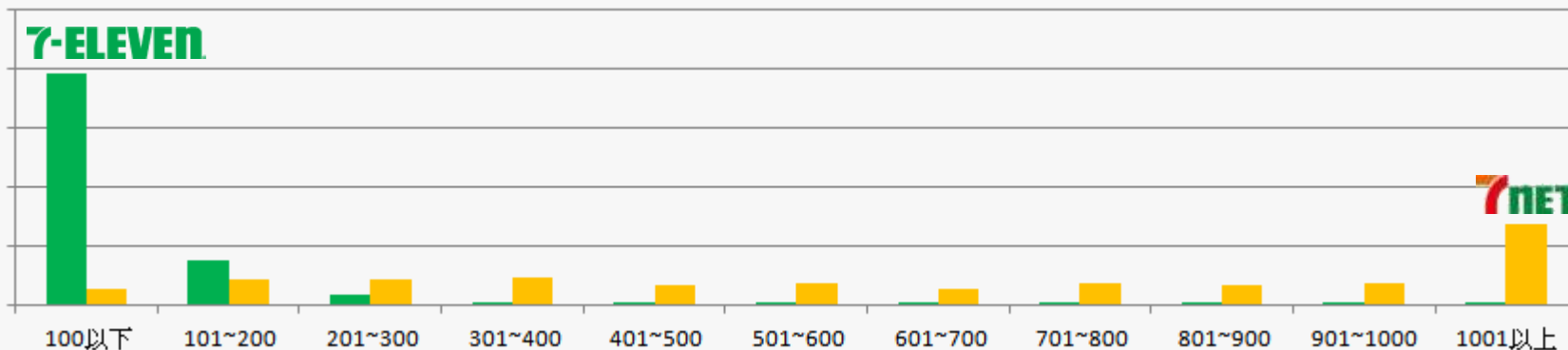
實體門市通常假日業績較高，虛擬通路則剛好相反



虛實整合的五個互補現象

價格帶

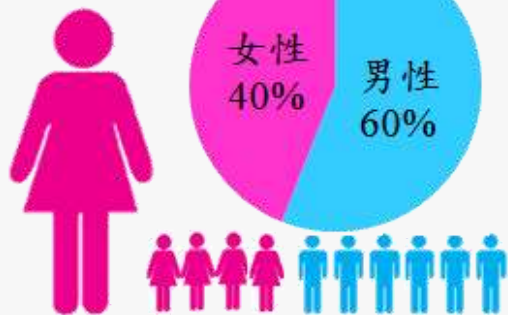
實體門市近8成客單為百元以下，虛擬通路超過95%消費都超過百元



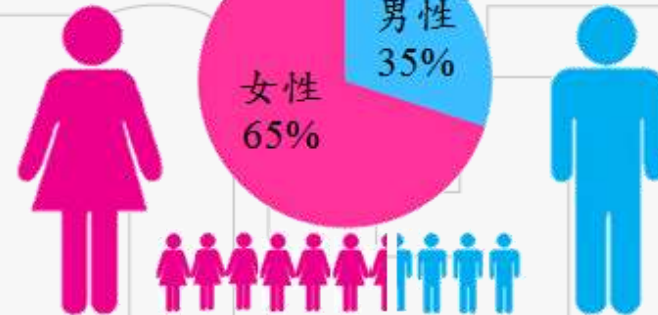
來客屬性

實體門市主要客群為男性、年輕人，虛擬通路會員則以20~39歲女性為主

7-ELEVEN



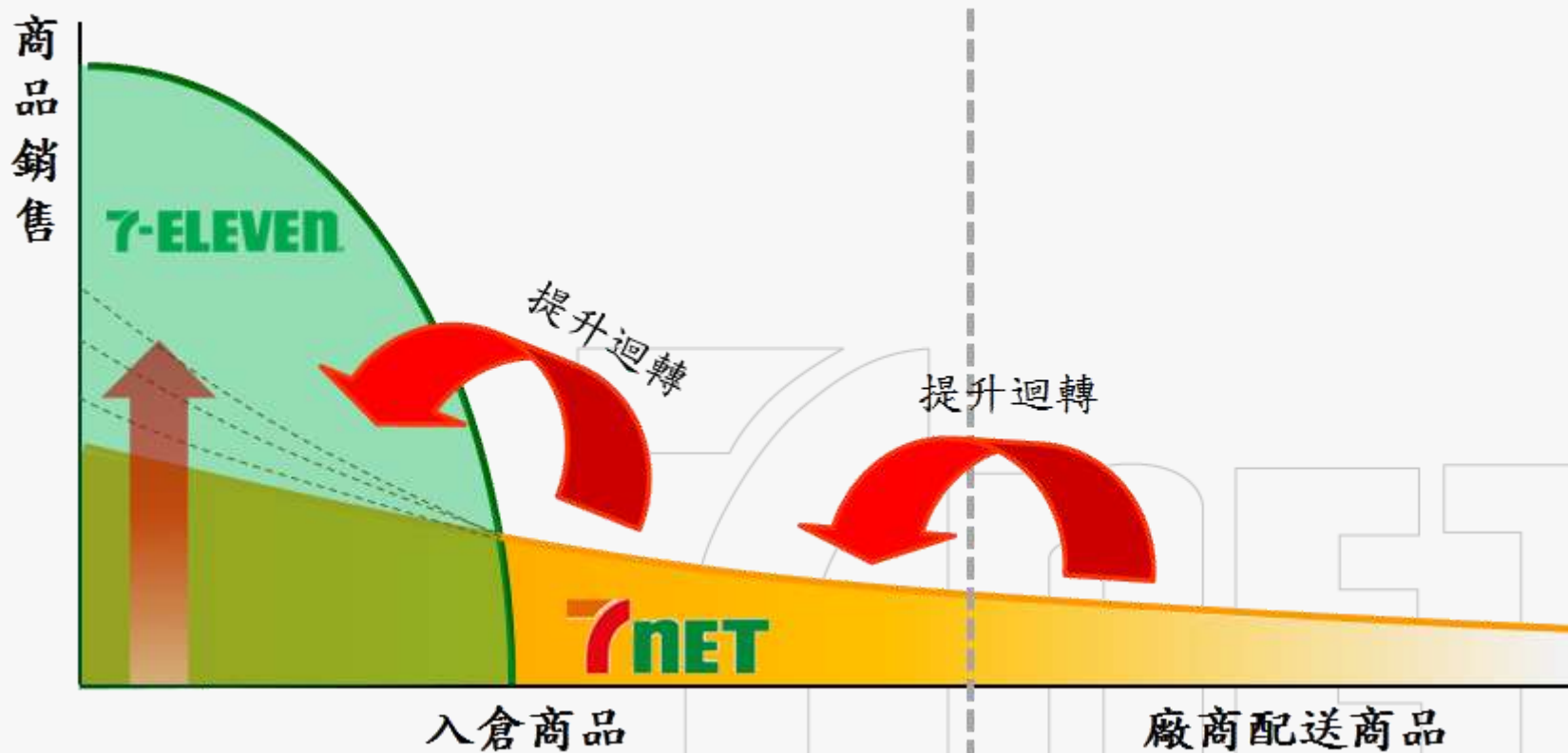
7NET



虛實整合的五個互補

商品屬性

統一超商利用虛實通路互補，將虛擬通路視為實體通路之貨架延伸、長尾商品的貨架延展。虛擬通路成功銷售之商品，轉換到實體門市銷售。



壹 網站簡述

貳 商業模式-流量、商品、虛實互補

參 營運創新



肆 經營實績與得獎紀錄



門市基本款、預購延伸款、網購完整款

- 涼感衣、發熱衣等服飾類商品因尺寸及款式較多，門市實體販售以「基本款」為主；門市預購則為基本款加大/特殊尺寸等「延伸款」為主；更多顏色/款式等「完整款」則以7net網路通路進行販售。
- 藉由門市、預購、網購三合一通路整合，提供消費者更完整的商品選擇與服務。



男V領 售價：NT433/件

白色 店舖販售 L XL 預購販售 L XL XXL 7NET 販售 M L XL XXL	黑色 7NET 販售 M L XL XXL	艾青 7NET 販售 M L XL XXL

女圓領 售價：NT433/件

白色 7NET 販售 S M L XL	黑色 店舖販售 M L 預購販售 M L XL 7NET 販售 S M L XL	粉紅 店舖販售 M L 預購販售 M L XL 7NET 販售 S M L XL

想要品味好酒就來 7NET ENJOY 飲酒通 預約鑑賞

Hello Kitty 40週年紀念款

秋季美酒 微醺之旅

CHOYA 無砂糖梅酒

Hello Kitty 四十週年紀念款

規格: 375ml/瓶
酒精濃度: 15%
產地: 日本
原價: 400元
到店取貨價 350元

ibon 訂購碼 021735

《取貨日 9/19起》



三合一通路整合廣告傳播





虛實情境創造與接觸點整合

- 重疊類別在實體門市進行接觸點管理，以達完整的虛實整合溝通，創造延伸銷售商機。





門市全店集點話題整合操作

- 利用網路購物鑑賞期之規範，每檔活動皆提前門市一週開跑，先利用網路社群達到訊息傳播與擴散之目的。
- 持兌換序號至ibon直接列印憑證（小白單），即可至櫃檯直接兌換。
- 利用「免集點滿額送、加價購」活動，將虛擬通路的消費者轉換成實體門市的來客數。





有趣的購物體驗與強化虛實露出

- 7-ELEVEN購物袋印上7net網址、物流車後方貼上7net logo，強化整體虛實整合印象。
- 特定期間推出OPEN小將物流箱，強化OPEN小將擔任7-ELEVEN虛擬門市店長印象。
- 2014/07生日慶期間，商品出貨使用OPEN小將物流箱，引發網路熱烈討論與收集熱潮。

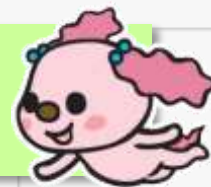


壹 網站簡述

貳 商業模式-流量、商品、虛實互補

參 營運創新

肆 經營實績與得獎紀錄





經營實績與成長潛力

- 會員總數：會員數超過230萬。
- 出貨方式：超過60%出貨單選擇門市取貨。
- 定位：7net非Pure EC網站，而是架構在5,000家7-ELEVEN實體門市下，共存共榮的虛實整合Hybrid新模式。



成長潛力：

- ✓ 門市（實體）有販售的，7net（虛擬）都買的到，主打不同規格/包裝並強化門市取貨服務。
- ✓ 實體門市滿足消費者「即時」且「個人」的需求，在7net網路虛擬門市則以「遊逛性購物」、「門市實體貨架延伸」等需求為主。
- ✓ 強化App虛實整合互動載具及網路社群發展，打造有趣的購物體驗，使虛實互補有更多的無限可能。
- ✓ 點數會員綁定，虛實通路皆可累積點數，會員服務更加精準與緊密。



網站重要得獎紀錄

- 2011/03 榮獲《數位時代》評選「企業網站前50強」(第16名)
- 2011/03 榮獲《數位時代》評選「臺灣網站前100強」(第97名)
- 2012/10 榮獲《遠見》臺灣服務年評選「網路客服類第三名」
- 2012/12 獲得經濟部「資料隱私保護標章」認證
- 2013/01 榮獲《數位時代》「企業粉絲團前100強」(第38名)
- 2014/05 榮獲《數位時代》2014綠色品牌「零售通路類首獎」、「SUPER GREEN」、「網路友人氣獎」
- 2014/05 榮獲資策會2014品牌服務業科技創新力大調查「卓越獎」





簡報完畢 感謝聆聽

Thanks for your listening!