

# 台灣銀髮族與青壯年自助旅行 緊急訂房救援平台初步構想

指導老師：王昱凱 教授

學生：02353003 吳佳倩

02353005 羅偉安

99153154 黃煜庭

99153182 顏廷純



Travelers rely on the online space to plan travel



# 現象觀察

of leisure travelers consider the internet their main source for planning travel\*

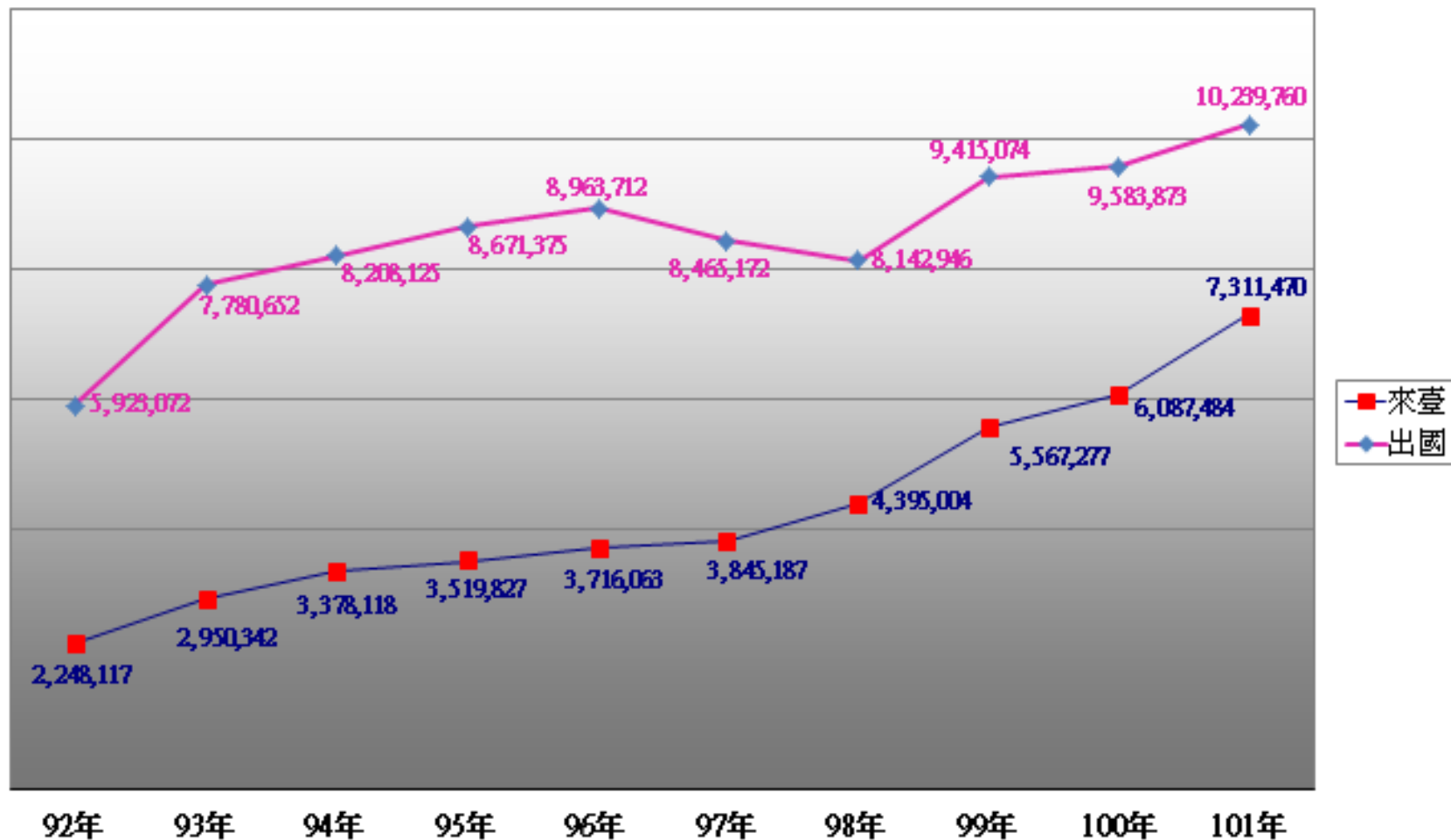
THE FIVE STAGES OF TRAVEL

12345

# 國人出國旅行之現況

近十年來臺旅客及國民出國人次變化

單位:人次

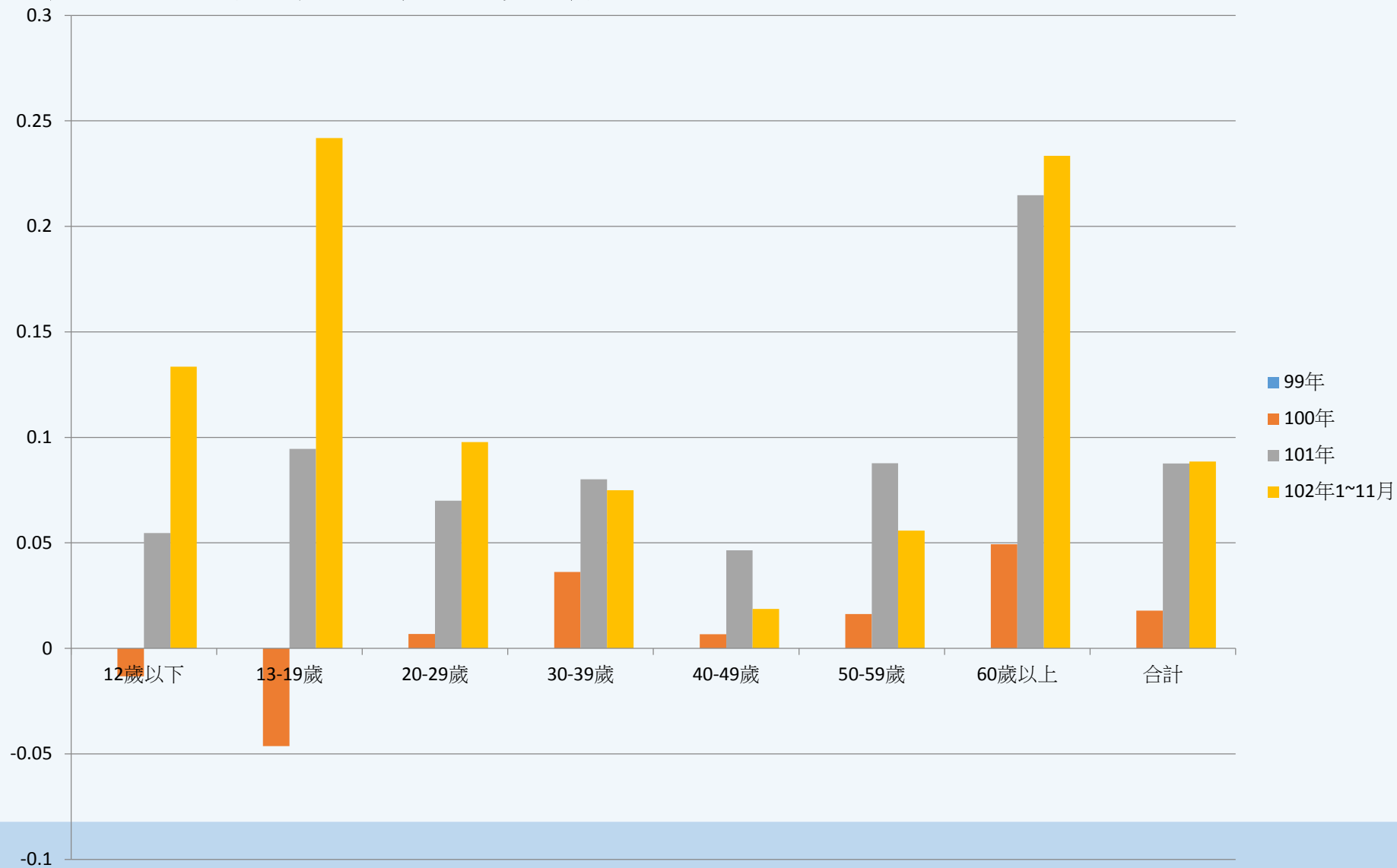


# 國人出國旅行之現況

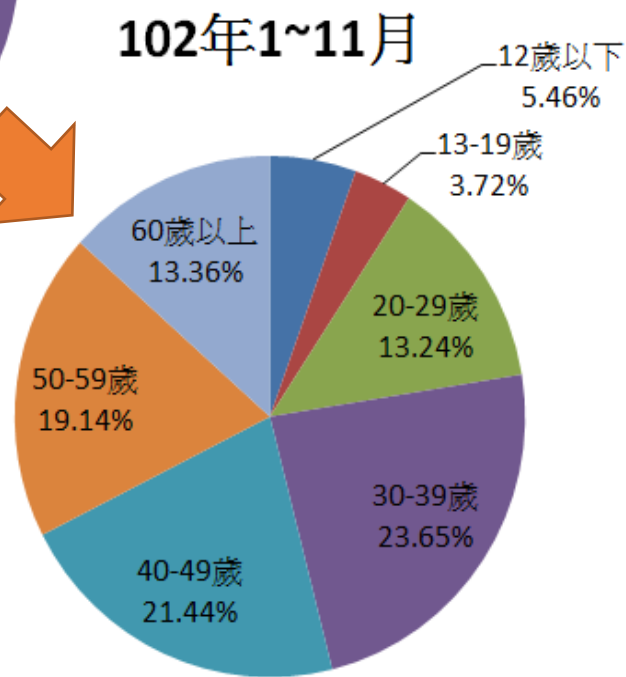
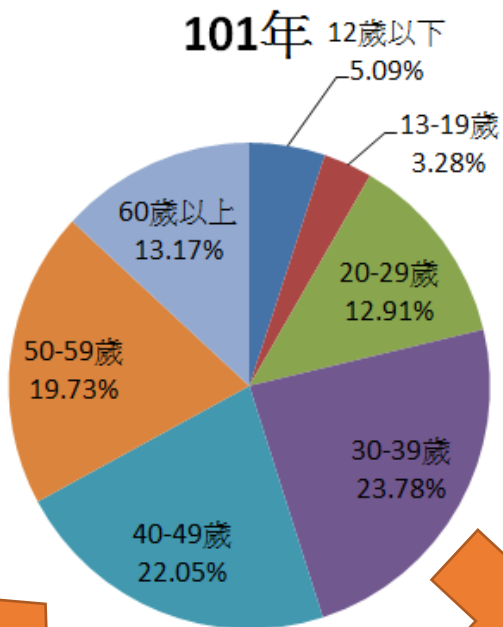
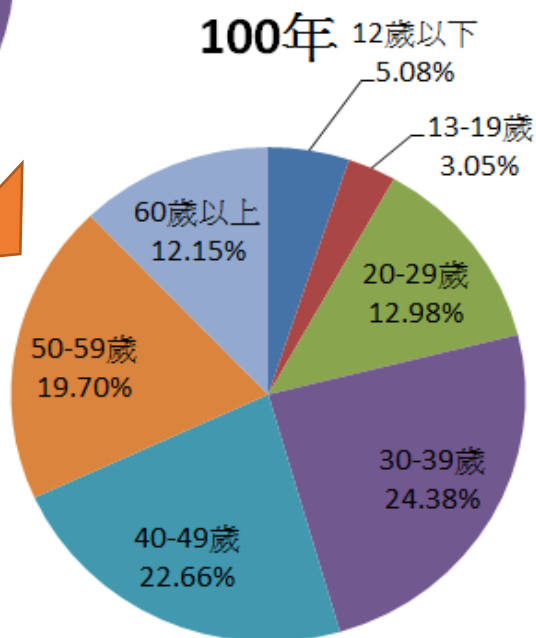
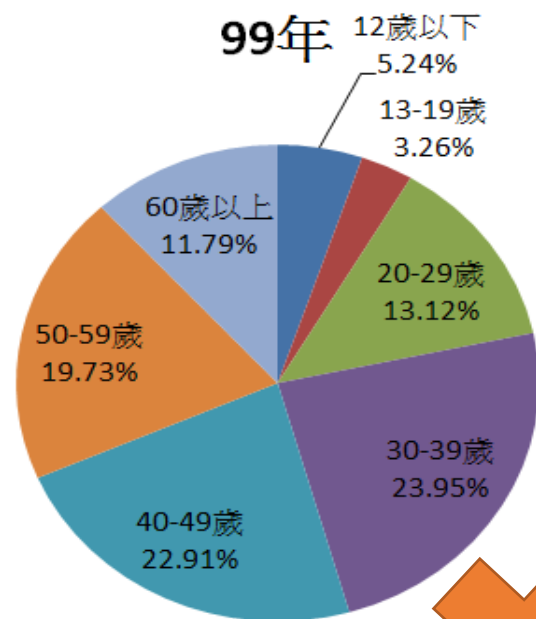
項 目 ( 出國旅遊 )		97年	98年	99年	100年	101年
旅遊方式	個別旅遊	62.5%	64.4%	66.1%	64.9%	65.1%
	團體旅遊	37.5%	35.6%	33.9%	35.1%	34.9%
委託旅行社辦理情形	委託	90.5%	87.7%	88.1%	85.9%	85.4%
	未委託	9.5%	12.3%	11.9%	14.1%	14.6%

	12 歲以下	13-19 歲	20-29 歲	30-39 歲	40-49 歲	50-59 歲	60 歲以上	合計
99 年	493,775	306,589	1,235,670	2,254,844	2,157,042	1,857,417	1,109,737	9,415,074
100 年	487,250	292,399	1,244,033	2,336,411	2,171,445	1,887,701	1,164,634	9,583,873
101 年	520,786	335,553	1,322,220	2,435,366	2,257,452	2,020,300	1,348,083	10,239,760
102 年 1~11 月	559,705	380,730	1,356,527	2,423,913	2,197,401	1,960,968	1,368,711	10,247,955

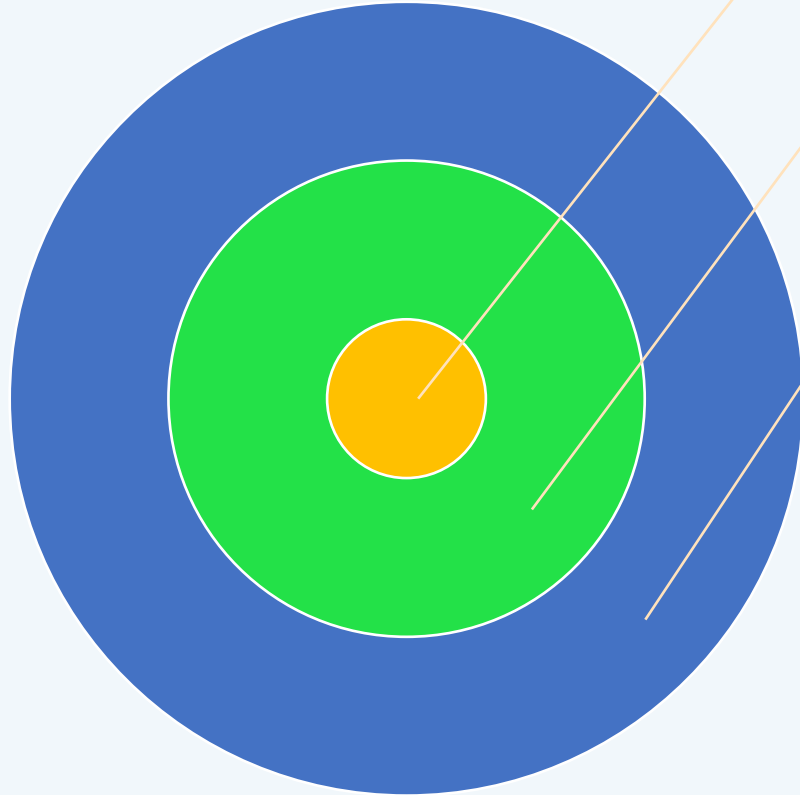
# 國人出國旅行之現況



# 國人出國旅行之現況



# 顧客群分析

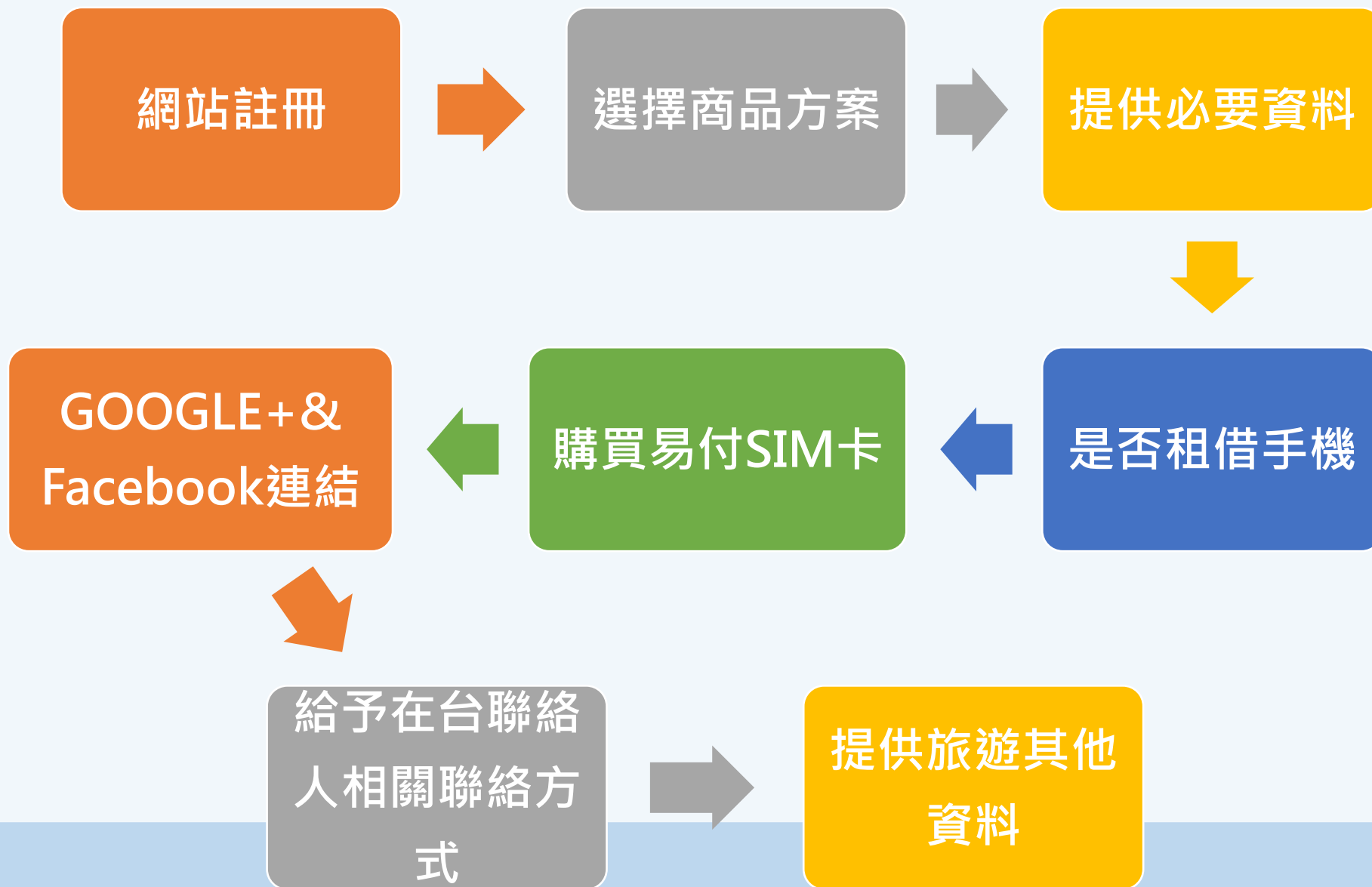


銀髮族

語言能力不佳之青  
壯年族群

臨時救援性訂房者

# 流程簡介—行前

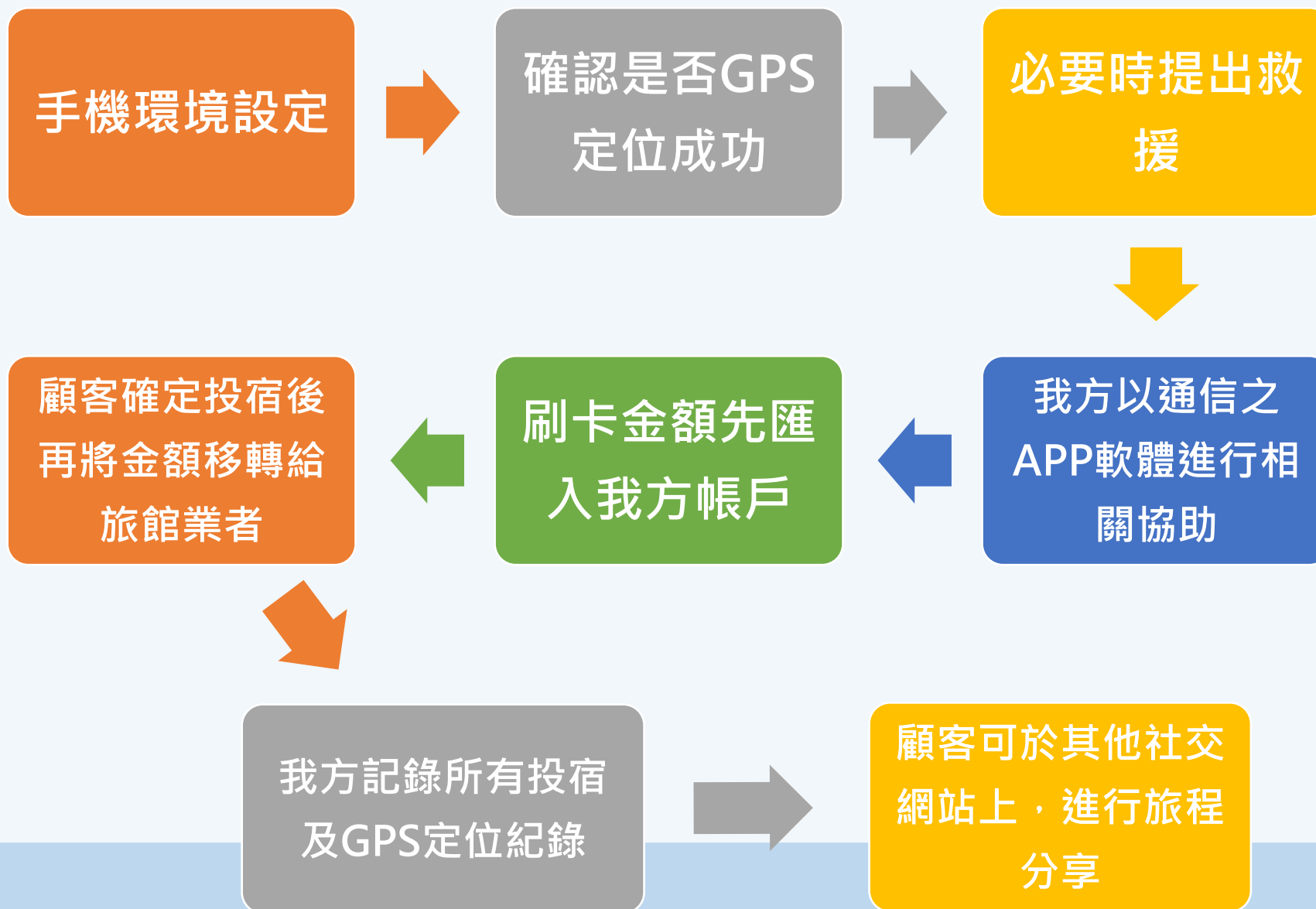




# 流程簡介—行前

<b>A</b>	全權交由我方規劃安排與訂房 680元/新台幣×旅行天數	於每日當地時間下午1點後，進行顧客所在地定位，並開始著手進行訂房作業，與提供該地旅遊資訊與餐廳介紹。並於次日當地的早晨，遙控設定Google Map參觀景點。顧客仍保有旅程規劃最大主控權，我方僅提供建議景點與路程距離提醒。
<b>B</b>	僅訂房 500元/新台幣×旅行天數	於每日當地時間下午1點後，進行顧客所在地定位，並開始著手進行訂房作業，與提供該地旅遊資訊與餐廳介紹。
<b>C</b>	臨時性救援訂房（繳交會費） 交易金額的8%	顧客在發現當地訂房擁擠，屢屢碰壁時，於通信App軟體或是平台上表示需進行救援訂房，我方將於成功訂房後（顧客願意之價格），酌收手續費。
<b>D</b>	臨時性救援訂房（未繳交會費） 交易金額的10%	

# 流程簡介—旅行中



# 流程簡介—旅行後

顧客於3個月內，  
可回本平台進  
行評價



旅館評價



路線評價



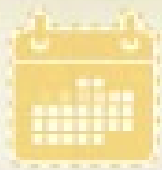
服務人員評價



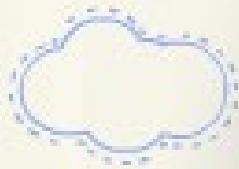
進入我方後台  
系統



進行分析，組  
建模組



Travelers rely on the online space to plan travel



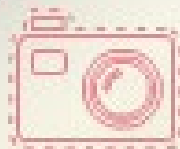
DREAMING



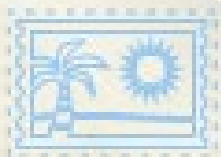
BOOKING



MORE...



EXPERIENCING



SHARING

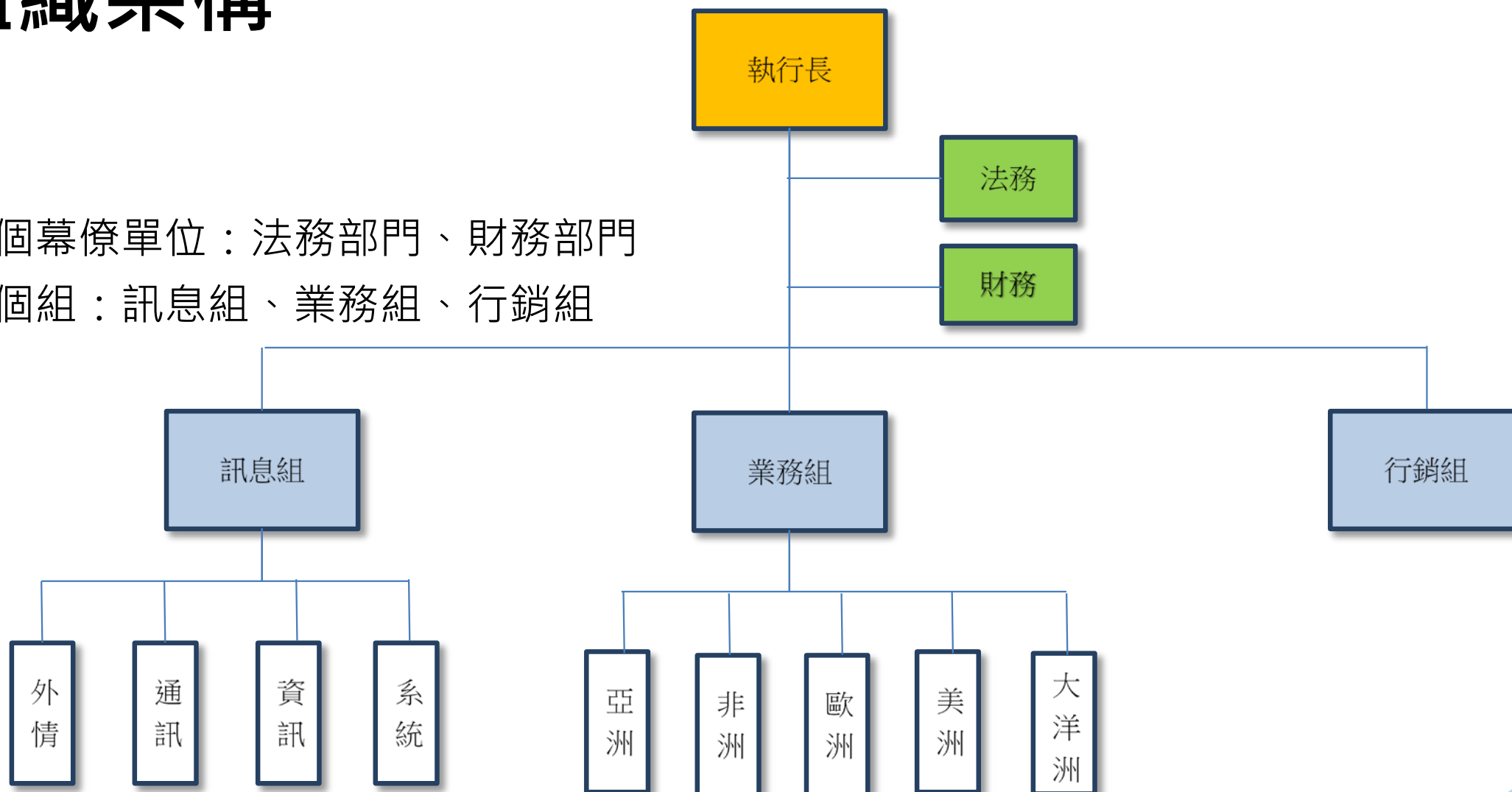
THE FIVE STAGES OF TRAVEL



12345

# 組織架構

- 兩個幕僚單位：法務部門、財務部門
- 三個組：訊息組、業務組、行銷組



# 法務部門

- 平台上註冊之會員，需簽署「**同意條款**」與「**智慧型手機租用條款**」
- 因定位追蹤涉及旅客個人的隱私權，所以同意書的功能包含：向顧客說明其平台設立之目的、提供之服務與限制，並提供旅客之家屬，目前旅行狀況，最後則是保護我方，將傷害與風險降至最低。
- 除了與旅客相關之法務外，平台的服務人員因為需配合旅客時間，進行訂房救援，工作時數無法固定，其中可能會牽涉到勞基法的問題。

# 財務部門

- 進行會計核算與成本控制，收入來源包含：

銀髮族	語言能力不佳者	手機租用費+易付SIM卡買斷費/張×80%+SIM卡加值費+ ( 680元/新台幣×旅行天數 ) = 所需支付之價格
	臨時救援性訂房者	手續費：房間價格/間×5% = 所需支付之價格
語言能力不佳之青壯年族群	不租借手機	費用計算：( 350元/新台幣×旅行天數 ) = 所需支付之價格
	租借手機	手機租用費+易付SIM卡買斷費/張×80%+SIM卡加值費+ ( 350×旅行天數 ) = 所需支付之價格
臨時救援性訂房者	手續費： 房間價格/間×5% = 所需支付之價格	
加購當地易付SIM卡/張：	會員	買斷費×95%+SIM卡加值費
	非會員	買斷費×+SIM卡加值費

# 訊息組

外情	1. 留學生團體 2. 國外旅行社
通訊	1. SIM卡 3.Google+ 2. GPS定位 4.Facebook
資訊	1. 論壇 3.網站 5.網站 2. 旅行社 4.航空公司 6.旅館業者
系統	1. 雲端系統 2. APP開發



# 業務組

- 用五大洲（亞洲、歐洲、美洲、非洲、大洋洲）來做部門區分
- 服務人員皆通過國家考試，具有領隊執照之人員
- 責任型：負責安排、遙控全權由我方進行旅程安排之顧客
- 任務型：救援訂房服務
  
- 特殊行程的規劃：旅客適逢跨年、慶典、嘉年華等活動時，領隊會提醒旅客在交通、時間和住宿安排上需要注意的事項。

# 行銷組

- 社群行銷
- 部落格 FACEBOOK 背包客棧論壇 GOOGLE+
- 體驗式行銷
- ITF台北國際旅展

# 組織特色

多樣化  
功能

- 整合型的旅遊諮詢、訂房平台
- 讓顧客紀錄旅遊點滴，撰寫遊記、上傳照片，並寫下心得。
- 提供分享的管道，至其他社群網站。藉以增加知名度。

創新的  
組織架  
構

- 具有彈性，資料取用容易，且持續更新。
- 提供自助旅行的銀髮族、語文能力不佳的青壯年和需要緊急訂房救援的旅客們一個更佳的選擇。

貼近  
顧客

如同大家的小幫手一般，在旅客到達景點時，適時的提醒並提供住房的建議。



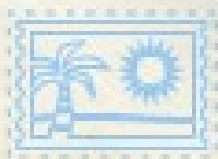
Travelers rely on the online space to plan travel



DREAMING



BOOKING



SHARING

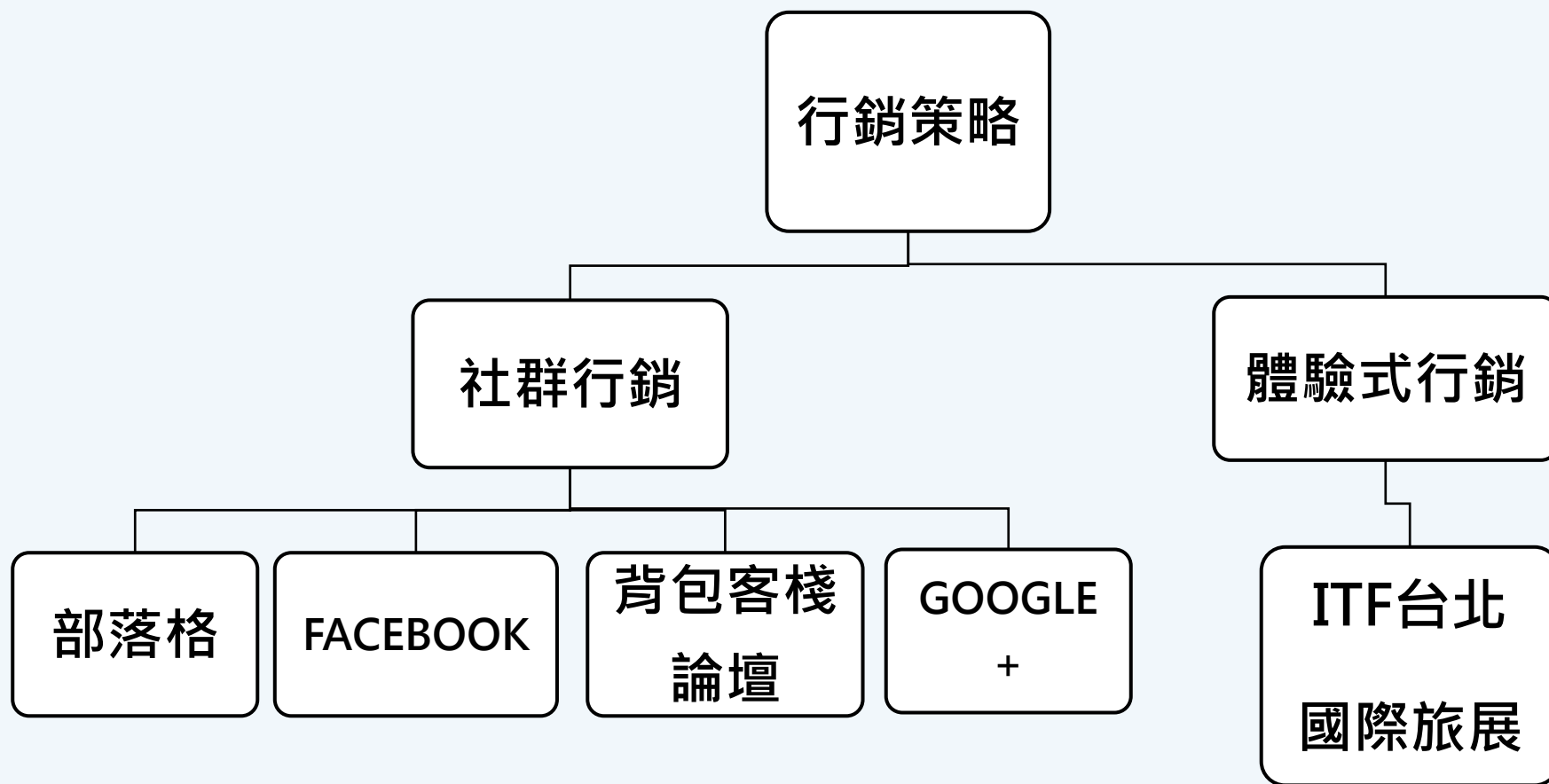


EXPERIENCING

THE FIVE STAGES OF TRAVEL

12345

# 行銷策略



# 社群行銷---部落格

根據Forrester的調查，相信行銷廣告的消費者掉到6%，而根據另一項調查指出，有90%的人信任熟人的產品推薦。在網路時代，這個熟人包含了

「知名部落客」。

1. **知名部落客女王**與旅行單位合作到國外去玩，再將心得發表至網誌上。
2. 某一品牌的保養品，由部落客使用推薦，結果**銷售量超過目標兩倍**。

藉由部落客所累積的  
**信用及權威**去推薦本組平台，進而提高平台的曝光率及使用率。

# 社群行銷---FACEBOOK

全球社交網站龍頭Facebook首度公布台灣地區的統計數據，顯示**台灣人相當愛用臉書**，每月活躍用戶達1400萬人、每日活躍用戶有1000萬人，意味台灣每天至少有1000萬人會上Facebook分享内容、查看朋友和粉絲團資訊。透過手機等行動裝置觀看Facebook的比例也相當高。

1. 時尚女裝品牌**利用專頁塑造生動的品牌形象**，年銷售有90%來自Facebook的宣傳活動，從貼文鏈接的潛在客戶，轉換率為關鍵字廣告轉換率的4到6倍。
2. 餐廳透過粉絲專頁**打造口碑**，業績持續成長20%，來店消費人數成長25%。網路流量成長80%，其中粉絲有90%來自Facebook廣告。

The Facebook logo, consisting of the word "facebook" in white lowercase letters on a dark blue rectangular background.

兼具社交網站以及對廣告主有利的宣傳平台

# 社群行銷---背包客棧論壇



台灣最大的

**旅遊類型論壇**。背包客棧共有79.0萬註冊會員，而活躍會員約6.1萬左右。

此論壇內含旅遊文章、心得攻略、機票與訂房比價，可提供想到某地旅遊的**背包客概括性的觀念**，以利事先規劃。

旅遊界在全球網路界都是一個極為競爭的市場，但很少有看過像「背包客棧」這樣有知名度、有人氣，又有地位的網站。這個網站的特色在於**杜絕商業**，本組欲利用該特色讓背包客可以信任本組的及時救援系統。



# 社群行銷---GOOGLE+

Google 公司推出的社群網站與身分服務；除社群網站身分外，Google 也將 Google+ 視為其旗下眾多服務之間社交層面的補強，與傳統社群網站僅能登入單一網站的概念不同。

The Google+ logo is centered within a white rounded rectangle with a yellow border. The logo itself consists of the word "Google" in its signature font, followed by a plus sign, all in white, set against a solid red rectangular background.

本組的救援平台是利用 Google+ 帳號給予在台聯絡人相關聯絡方式，因此欲透過 Google+ 推廣本組的救援平台，進而提升救援平台之使用率。

# 體驗式行銷---ITF台北國際旅展

每年第四季所舉行的ITF台北國際旅展，可說是台灣一年一度**旅遊趨勢指標**。

每年旅展最後一天的**旅遊論壇**，更是許多業者與民眾屏息以待的時刻。



透過在國際旅展架設攤位，在展覽現場直接讓即將要出國旅遊的背包客可以體驗本組的即時救援平台。



Travelers rely on the online space to plan travel



# 策略聯盟

of leisure travelers consider the internet their main source for planning travel\*



THE FIVE STAGES OF TRAVEL

12345

# 策略聯盟---聯盟動機

根據觀光局最新公告表示，近年來國人出國旅遊人數逐年攀升超過9百萬人次，2013年突破1千萬人次。

政府重視國人出國旅遊安全，因此觀光局要求落實維護措施。

協助不論是首次出國或是銀髮族族群的國人多一點安全保障

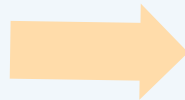
聯盟  
動機

# 策略聯盟

觀光局



保險業者



好險有台灣



即時救  
援平台



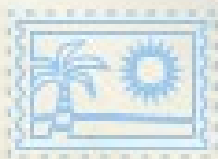
Travelers rely on the online space to plan travel



DREAMING



BOOKING



SHARING



EXPERIENCING

THE FIVE STAGES OF TRAVEL

12345

# 限制

流程方面

組織運作方面

行銷面

# 流程方面

	面臨挑戰	解決方式
1	申請/訂購過程繁雜	盡量縮減不必要的程序，以便訂購流程快速，甚至提供電話/網路服務與幫助
2	創新流程	一套完善的SOP的流程中，加上每個顧客不同的需求，變成我們平台的特色
3	消費者提供錯誤資訊	員工必須打電話/簡訊再次確認
4	臨時更改/取消	隨時有專業人員待命，提供最及時幫助
5	消費者不滿意/客訴	以最快的時間了解回應以及改善
6	租借SIM/手機損毀或遺失	提供24小時服務專線或尋問合作之旅行社，優先解決顧客問題，而器材以租借契約中的金額賠償，
7	銀髮族不會用APP/手機	事前可以提供教學，或者提供教學紙本，甚至打服務電話
8	SIM 收尋不到	尋求合作之旅社或當地人員報案
9	SIM 收尋不良	尋求合作之旅社



# 流程方面

10	特殊狀況 EX颱風	隨時有專業人員待命，在聯繫最接近合作的旅社幫助，確保消費者安危
11	消費者參與不足	給提供意見的消費者有小禮物或者是折扣，鼓勵消費者提供意見，進而改善服務
12	隱私權問題	依隱私條款，保護消費者的個人資料
13	著作權問題	消費者須同意公開條款，才以公開在網路上，與人分享
14	實際消費者需求	創立消費者互動的社群，透過互相討論，了解缺失並改進
15	競爭者模仿	強調及時回復幫助，早以建立品牌形象，成為此平台龍頭
15	備份	須定時檢查資料的備份，且確保隱私被保護
16	異地備援	須定時了解在各定區合作的旅社跟商家，隨時了解顧客狀況

# 組織運作方面

	面臨挑戰	解決方式
1	合作的旅社	業務組應實際調查該旅社的評價再簽合約，保障消費者權益，定時評估旅社
2	人員輪班設置	一切依照規法訂定輪班
3	專業人員找尋	透過工作訓練、過去經驗..等等，也可以透過專業課程訓練
4	員工評估	不定時績效評估，確保員工的工作效率
5	旅遊的淡旺季	以過去經驗調配人員，在寒暑假旺季時，招募工讀生
6	全球變動	員工應不時的注意時事，或者在公司中發表特別的全球趨勢
7	公司資料外洩	應更明確說明公司的保密條款
8	員工跳槽	給予良好的福利以及薪資
9	經濟不濟	應更注重公司內部的合作，增加促銷，提升銷售

# 行銷面

	面臨挑戰	解決方式
1	曝光率	在網站或者報紙...等等都可以散佈資訊
2	誘因	首次使用者折扣或者其他優惠來吸引消費者
3	功能被模仿	找出無法被模仿的特點，或趁模仿前穩固會員
4	消費者忠誠度	推出會員集點制，或者推出消費者互動的社群，綁住會員
5	社群的維持	不斷更新資訊、與消費者互動，可以增加顧客的連結性
6	資金	應要訂個每期行銷費用的底線，以達到資源不浪費
7	競爭者	可嘗試做競爭者分析跟實地調查，了解優勢與缺勢，可把對方缺勢作為優勢
8	習慣	每個國家都有在地的習性以及習慣，需要靠業務不斷探討推銷其旅遊特色

# 挑戰

隱私權

著作權

服務

語言

曝光

服務國家

服務據點

定位時間

合作商家  
有限

# 結論

## 老年化現象發生

- 台灣65歲以上老人已超過260萬，佔總人口比例約11%。



# 結論

## 創新平台

- 在SOP的流程中，加上每個顧客不同的需求，不斷改進，貼近顧客所需，變成我們平台的特色。



# 結論

## 組織與行銷相互配合



一個成功的創新平台，必須有一個良好的組織運作，經過各部門的**合作**以及**互助**，加上我們內文所提的行銷策略的配合，有再多的挑戰也可以解決，讓此平台好的創意散播出去。

# 結論

## 擁有更安全的旅遊

讓人安全、安心還能為人生旅程的刻畫與成長的軌跡；有朝一日，希望此平台能成為國際自助旅行者最愛之網路平台。





A black suitcase with several travel stickers is positioned in the center of the image. The suitcase is placed on a world map that shows the Americas and parts of Europe and Africa. The map is slightly blurred, and the suitcase is in sharp focus. The text 'THE END 謝謝大家!' is overlaid on the suitcase in a white box.

**THE END 謝謝大家!**