

17715_新創全通路獲利模式開發 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**中階主管、老闆、實體門市店長、零售通路經營者與電商企劃人員。課程專為希望突破實體與線上界線、打造「全通路（Omnichannel）」整合營運，或欲因應台灣超高齡化與單身經濟等人口人口結構劇變的經理人與創業者設計。
- **能力門檻：**入門。無須具備高深的數據分析或工程技術基礎，只需對實體門市運作、社群行銷有基礎概念即可輕鬆上手。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **單元一：全通路虛實整合與地圖行銷** — 剖析全通路（Omnichannel）概念，說明如何善用 Google 我的商家（五星評價、網友評論管理）、FB/Meta 等工具進行地圖定位與第一波精準導流。
 - **單元二：門市體驗設計與顧客眼球經濟** — 介紹「先捨後得」貼心服務（如休息沙發、免費 Wi-Fi、充電插座、便利傘），以及如何透過黑板、特殊路牌、KOL 網紅與生動視覺博取顧客眼球。
 - **單元三：線上線下 O2O 雙向導流與商圈競賽** — 探討「線上下單、實體取貨（BOPIS）」的跨境/在地發展趨勢（節省運費與帶動店內二次消費），並結合大專院校與商圈競賽創造新聞亮點。
 - **單元四：台灣人口結構劇變與商機洞察** — 精算「女多於男」、「高齡長壽（都會區高於偏鄉）」、「世界最低生育率/生不如死」與「高比例單身/離婚戶（宅經濟與單身家具商機）」等數據，導出長照與銀髮經濟之通路策略。

3. 必備前置知識清單

- **基礎數位工具操作：**具備使用 Google 地圖（我的商家）、FB/Meta、IG 等常見社群媒體之基礎概念。

- **門市營運基礎概念**：對實體店面之陳列、進貨、取貨及顧客服務流程有基本認知。

4. 專有名詞與概念辭典

- **全通路 (Omnichannel)**：打破虛擬電商與實體門市的界線，讓顧客在線上與線下的購物、取貨、體驗與服務流程中皆能暢行無阻、無縫銜接。
- **Google 我的商家 (Google Business Profile)**：實體通路在區域商圈吸引潛在消費者的第一眼門面，透過網友星星評價、照片與促銷貼文管理，直接影響高達 50% 消費者的到店意願。
- **線上訂貨實體取貨 (BOPIS / Buy Online, Pick-up In-Store)**：消費者於電商平台下單付款後至實體門市取貨的模式，既可協助消費者節省運費，又能為實體店鋪引導人流並創造約 40% 的二次加購機會。
- **扶老比與生不如死**：台灣人口呈現死亡數高於出生數（死亡交叉）及全世界最低生育率現狀，預估 2026 年失能人口破百萬、15 年內扶老比達到 2 比 1，驅動銀髮健康、單身經濟與宅經濟的轉型。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：零售通路營運主管、門市店長、虛實整合（OMO/全通路）行銷企劃
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **分析與決策能力**：能解讀最新人口統計趨勢（如單身戶增加、銀髮經濟），調整產品結構與通路陳列；能評估全通路佈局（線上購買+門市取貨）之效益。
 - **工具操作與執行能力**：能操作 Google 我的商家與 FB/IG 社群維護評價，規劃實體門市貼心體驗（眼球視覺陳列、打卡誘因），並連結在地大專院校或商圈競賽推動整合行銷專案。