

C2B 逆商業時代

-從後天看明天的客戶體驗

高慧雯 Tina Kao

2017/11/15



TinaKao@LANcom

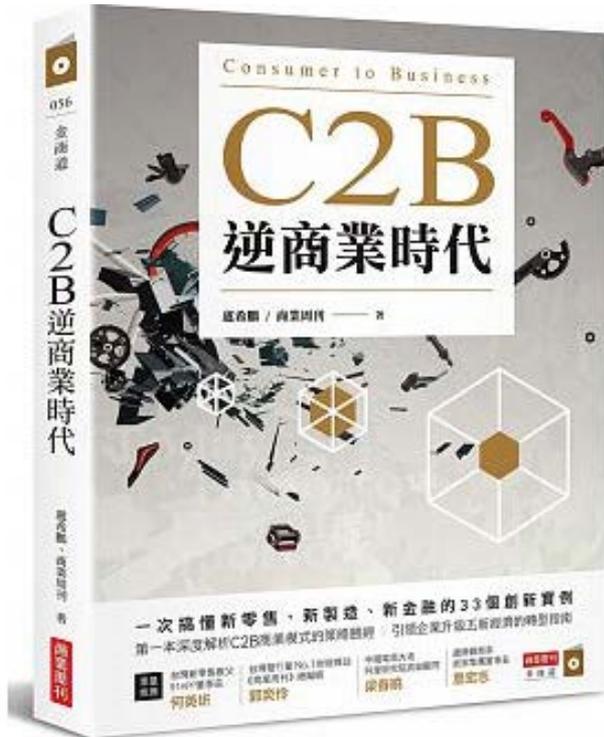
- 1995年進 ICT 產業
- 2000年, 政大MBA畢業,
碩士論文”3G的定價模式探討”
- 經歷: 業務/B2B行銷/策略/PRM
- 現任: 聯慷科技集團/事業發展部協理;
TCCDA 創始會員/理監事
- 研究領域: Contact Center
Tech/Strategy、ICT/UC
Tech/Strategy、
Marketing Tech





盧希鵬

- 台灣科技大學資管系教授
- 研究領域：電子商務、高科技策略、Fintech、工業4.0
- 教授課程：電子商務、創新企業經營模式、創新與創業家精神、管理理論與實務、隨處科技平台經濟(隨經濟)



2017.8月初版

今天很殘酷，
明天更殘酷，
後天很美好，
但絕大部分人死在明天晚上。

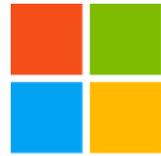
—— 阿里巴巴集團董事局主席馬雲 ——
2014 年中國清華經管學院畢業典禮演講

在美好的後天，**數據**是燃料，
AI人工智慧的新技術，
就是協助整個**C2B**新商業文明的引擎

盧希鵬 商業週刊
2017.10

人工智慧領域七大黑洞

Google

 Microsoft

facebook 

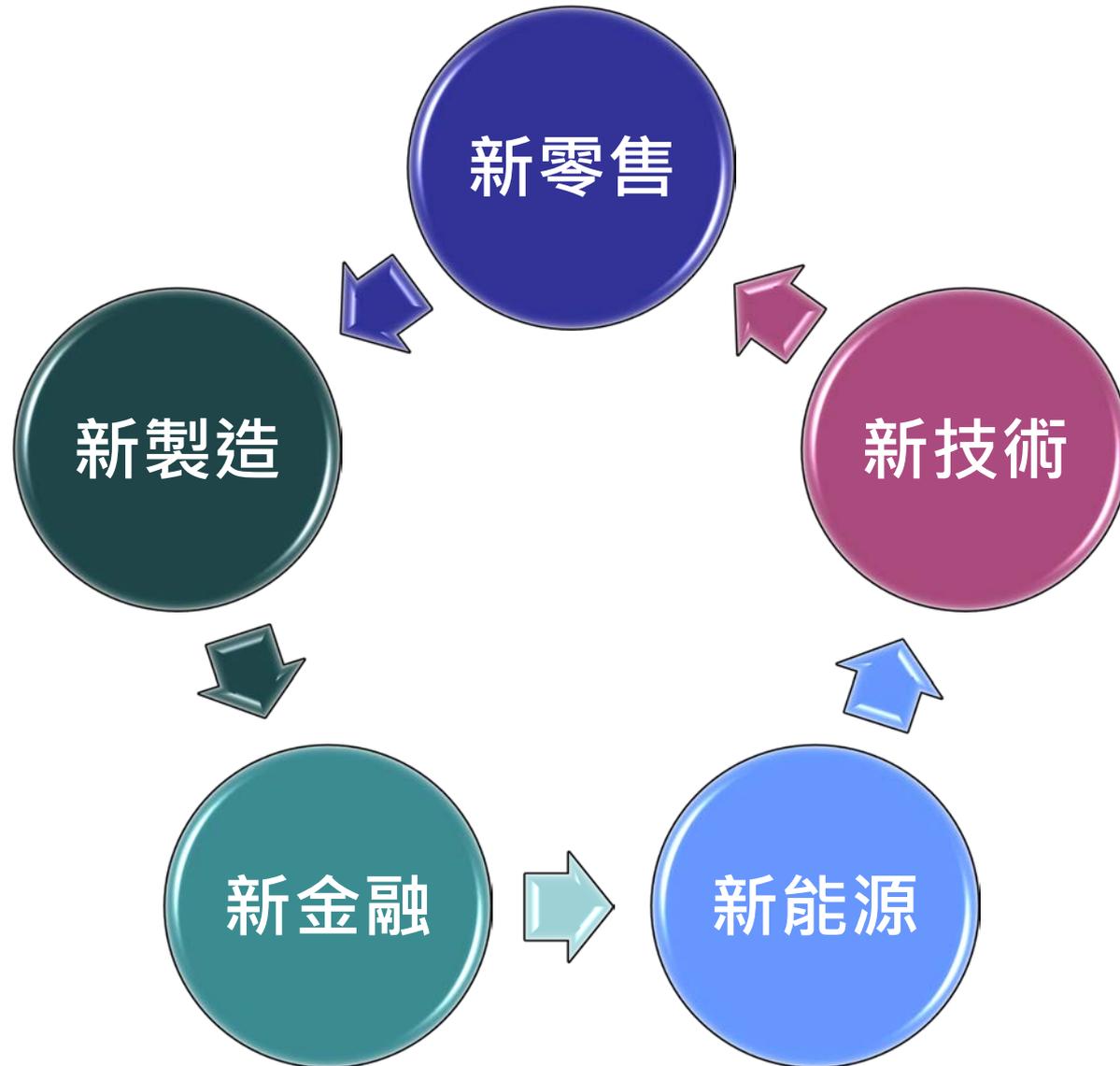
amazon.com 

Baidu 

 阿里巴巴
Alibaba.com

Tencent 腾讯

認識「五新」經濟



「五新」經濟

- 新零售 線上線下融合，結合智能**物流**
- 新製造 **智能化**流程、**個性化**定製
- 新金融 基於**數據**的信用體系產生的普惠金融
- 新技術 基於**互聯網**、**大數據**的各種技術。
- 新能源 **數據**取代石油、煤、電，成為生產能源

從科技 1.0 到 4.0

科技1.0

- **工業革命** – 蒸汽機
- 輪船、火車、汽車、機器、工廠
- 1760~1840@英國

科技2.0

- **產業革命**- Mass production
- 便宜電器品、Ford 汽車
- 1900-1950

科技3.0

- **資訊革命**- ICT時代
- 電話、傳真機、電腦
- 1950~2000 (20世紀)

科技4.0

- **數位革命**(invisible continent – Digital world)
- 實體/無國界/網路新大陸/倍數, Fintech LBS, IoT, BDA...etc.
- 21世紀 (進行中)

商業，為什麼逆著來？

<< from B2C to C2B >>

1995：eCommerce 元年

- Yahoo (3月)：改變廣告業
- Amazon.com (7月)：B2C電商網站
- eBay (9月)：C2C
- **意義**：人類商業活動 from Offline to Online

2017：O2O 全通路的新零售

- Online player 紛紛宣布轉到 Offline 實體通路佈局 (Amazon, 阿里)
- 個人化定製的新製造
- 核心思維：「**人在哪裡**，服務或製造的中心就在**那裡**」
- 「去中心化」的不連續創新，從B2C到C2B (Consumer to Business) 的商業活動大遷徙



阿里巴巴-盒馬鮮生

盒馬鮮生實踐「新零售」模式 線上線下無縫連接

阿里研究院 《C時代新零售》

—阿里研究院新零售研究報告》的定義：

以**消費者體驗**為中心，透過**數據**為驅動力的**泛零售**形態。

經理人月刊 2017.10

「以銷定產」的C2B 模式

- 隨著互聯網發展，**消費者個人化**需求的聲音越來越強，最終將是**消費者**驅動，「以銷定產」的商業模式。
- 未來價值鏈第一推動力會來自於消費，而不是企業。
- 從詢價砍價到消費者定價/商家競價模式

C2B Pricing Model

數量化

個人化

淺參與
(Order)

預售定製
(天貓雙11)

議價定製
(Priceline)

深參與
(Spec)

模組定製
(海爾)

個人化定製
(尚品宅配)

技術創新帶動商業創新

新零售、新智造、新金融，

是明天即將發生的事。

新能源、與新技術，則是後天可預見的事。

明天的創新正在累積後天所需的數據。

盧希鵬 C2B P283

「明天」的故事- 養雞場也要拼大數據 - 從14% 退貨率到1%以下

Challenge :

- 消費者形態改變，小家庭不吃全雞
- 祭祀活動降低，傳統土雞需求量持續下滑
- 14% 退貨率, 只賺到「兩憶」- 回憶與失憶。
- 無DBA的分切市場: 管理難度暴增，30種規格+產品，內部衝突不斷

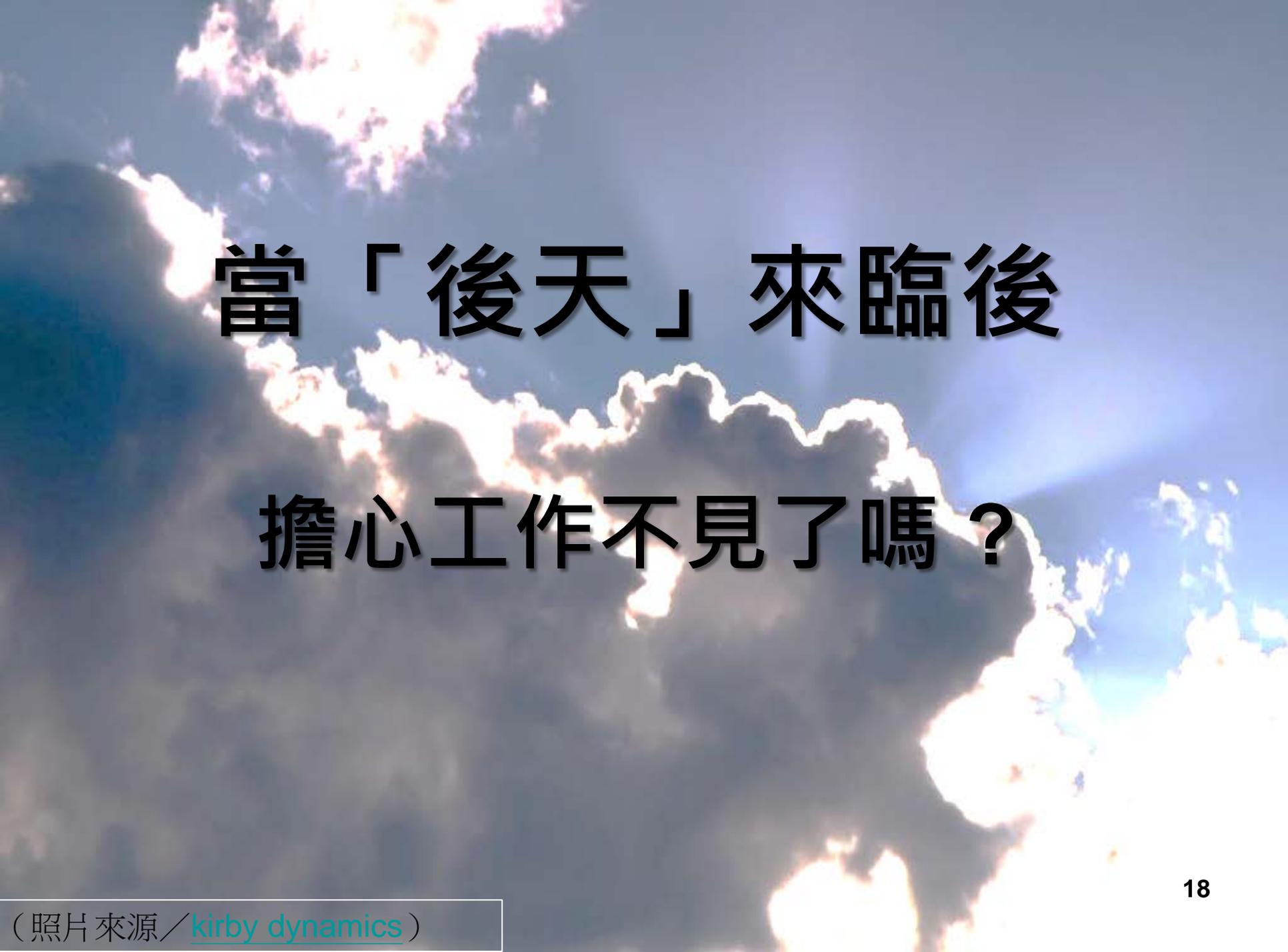
Action :

- 2013 : Invest ERP 掌握訂單進度: 飼養/倉儲/生產/銷售一條龍
- 滯銷體型雞，轉為分切品, 開發特定通路獨銷規格。
- 轉滯銷的雞胸肉為北部都會區偏好的健康產品: 低油脂、高蛋白
- Big Data talk : 改善流程，預測需求、調整蓄養量。
- 精準出貨 (product spec / volume), 客戶滿意, 降低退貨率至 1%.
- 2017: 再次投資，優化生產規劃、自動排程
- 擴大市場、提高售價，Smart Mfg to 工業4.0

未來主戰場不在科技

<< IT, OT & DT >>

-  IT: 買服務 不是買 IT。
-  DT: 用DT 是為了更精準的預測，
幫助做「對」的決定
-  OT: 一切都是為了要優化 OT，
提升公司競爭力、保持領先



當「後天」來臨後

擔心工作不見了嗎？

^人肉鬧鐘 v 拿著竹竿敲窗戶的 morning call 服務

(1920)

右圖



圖片來源 / 陳彥呈提供

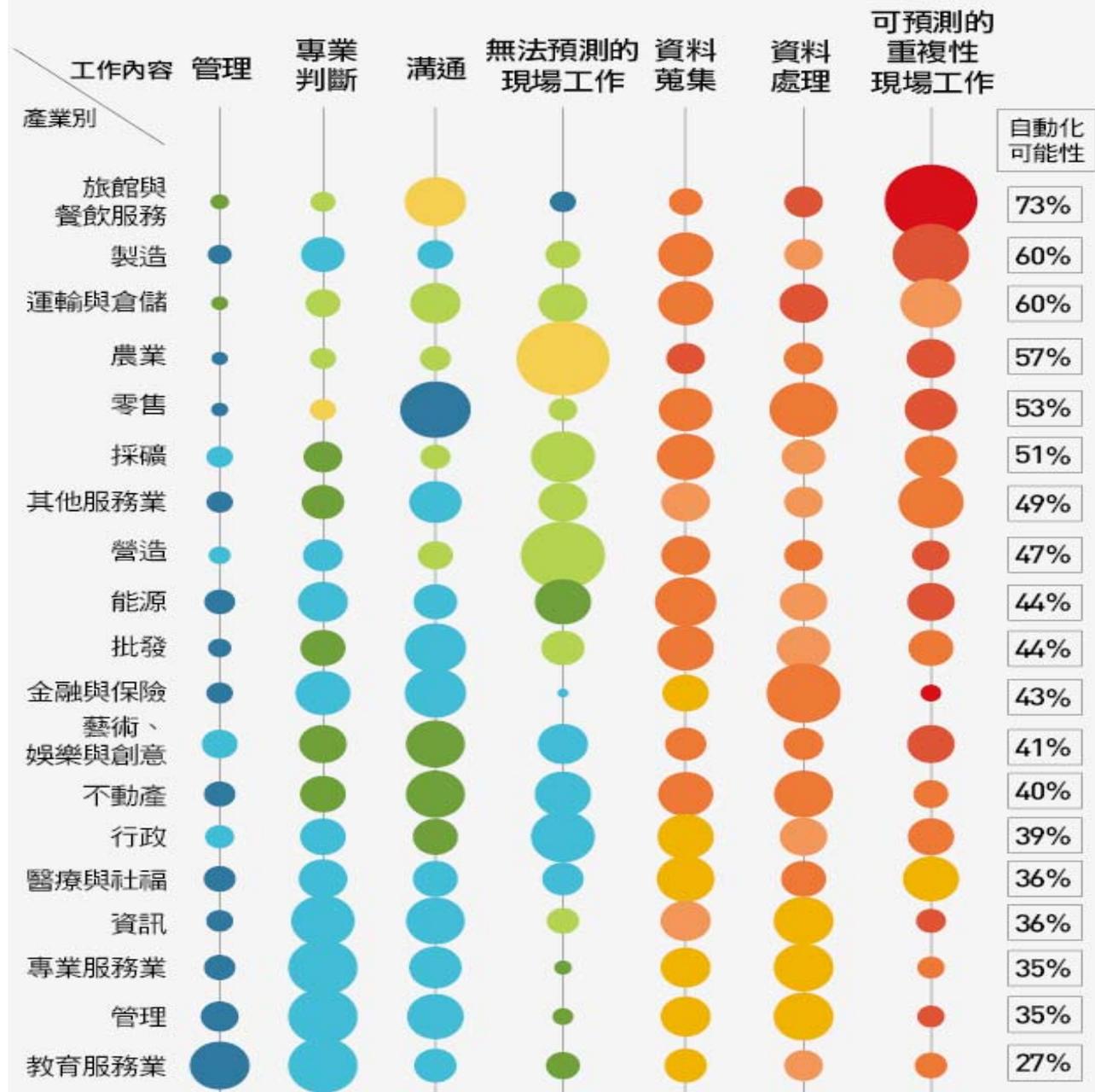
左圖



^人形Radio v 中間高台的人正在唸故事給工作的人們聽

人類被當作機器用了太久，
由機器人替代，幫我們處理繁
瑣重複的機械性工作
的日子終於來臨了！

產業自動化潛力圖



*以美國為例

資料來源：麥肯錫全球研究院

AI将在10年内取代50%的人类工作量



翻译



记者



司机



保姆



助理



保安



客服



交易员

甚至还有.....



法律咨询师



放射科医生



2020客服中心願景:

What will the call centre look like in ten years' time

- Virtualization
- SaaS will be widespread
- Location-based services
- Charges to speak to a Human being
- Social customer service
- Matching customers to agents
- Voice biometrics
- The enterprise-wide Contact Center
- Customer service moves up the agenda

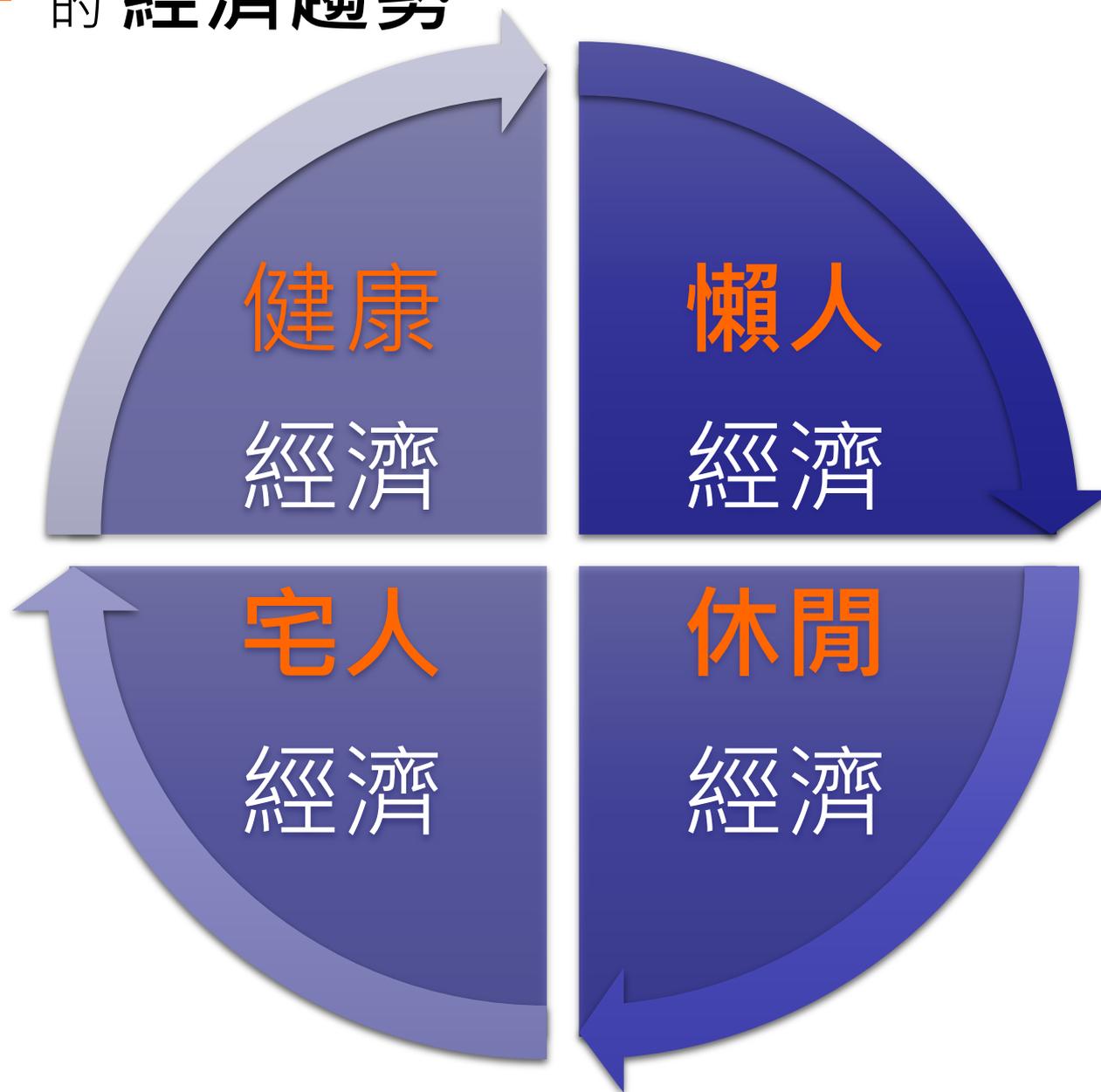
- 機械取代的是體力，AI取代的是判斷
- 如果人有靈魂體的話，機械取代的是「體」，AI 取代的是「魂」，無法被取代的是「靈」
- 創新工廠董事長李開復說：當AI解決了很多「人」的工作之後，人要開始做一件事就是「有愛的服務業」。

有「愛」的服務業

- CRM → CEM = 社群導購
- 有愛、有互動、有同理心、有消費者體驗
- 讓人互信與容易合作
- 靜待 C2B 的女性天下



進行中的經濟趨勢



懶人衣櫥 - 從**妻子**來的靈感



懶人衣櫥



畫面翻攝:YouTube



29~33
南投縣

13:41:50

摺衣服也能賺錢 陸"衣櫥整理師"正夯

吸毒犯案 婦吸毒進KTV持刀亂砍 與警對峙後遭制伏

摺衣服也能賺錢-「衣櫥整理師」

How Much you are willing to Buy ?



▲ Panasonic Laundroid 內有兩組機械手臂，一組負責洗衣服、另一組負責折衣服。（圖／記者洪聖壹攝）



▲ 折好衣服的樣子大概是這樣。（圖／記者洪聖壹攝）

從後天看明天 的 客戶體驗



C2B 時代的客戶期待

- ✚ 消費者想用各種管道跟企業互動
 - 虛實整合是常態 - 不同載具 線上線下隨時切換
- ✚ 消費者期待在不同管道有一致的體驗
 - 無差別服務的客戶期待 vs.
 - 公司還是不同通路由不同部門負責嗎?
- ✚ 後台數據幫助企業更了解消費者
 - 洞燭先機 精準行銷
- ✚ 用社群累積品牌熟客
 - 同溫層的力量;
 - 小心運用 群眾外包(Crowdsourcing)

莫忘初衷

經營有溫度的客戶體驗



Thank
you!!