

寬昀電傳股份有限公司

數位內容應用程式結合 click to call 商用服務開發計畫

公司小檔案

- ☺ 成立日期：96年07月
- ☺ 負責人：曾麗錦
- ☺ 資本額：20000千元
- ☺ 員工人數：10人
- ☺ 經營理念：雲端概念、資訊服務
- ☺ 技轉單位：財團法人工研院



計畫緣起

自從96年寬昀電傳創立起，累計上百家的廣告及代銷業者實際下單購買，其中不乏知名企業以及不少地區性之廣告主，在與廣告主說明廣告效益時，廣告主對於廣告效益的稽核，提出了他們預期的需求：「如若能即時提供商店端廣告主，現在有多少人在看、點廣告，有多少人正在詢問或進行交易，甚至更精確分析乘客族群、消費行為及直接與消費者互動或溝通，那將會是一個稽核廣告效益未來的趨勢。」而要做到上述效益，必定需要一專屬網路平台和通訊系統來協助，但這個模式卻是本公司及所有相關服務所無法提供的方式。換言之，即是現在最有發展的網路廣告和手機通訊的結合式平台，也已無法滿足商店端廣告主的多方需求。廣告的營運效益無法直接反應在商店端的收入上，因為無法以通訊服務的直接效益，轉換成商店端廣告效益評估，所以使得商店端在評量廣告效果時，無法做到即時性和公平性的判斷，這是所有相關業者都急需改善的問題。目前市上所有數位內容服務的應用程式尚無穩定的獲利模式，因此透過本計畫的執行後，希望能在多數成熟的數位內容應用程式服務系統平台上，運用服務創新體驗工程，增加數位內容應用程式服務之產品價值，以及延長服務產品之生命週期。預期計畫完成之後，用戶會員透過本服務可使用與商家免費通話服務，進行諮詢與消費等實際的商業互動行為，在服務過程進行中，數位內容應用程式服務系統平台同時獲得相對應的服務績效回饋，在此良性循環的服務模式下，可提升商店端的廣告績效，創造數位內容應用程式服務系統平台、用戶會員、商店端、電信公司...等多贏的局面。

新產品簡介

hifree 生活頻道—店家搜尋免費通服務，此產品之特色是讓 hifree 既有之會員可以在 hifree 上搜尋店家和店家通話，然後依照這樣的數據可以定期讓特定愛用的會員秀出一些他可能感興趣的店家資訊，也可以利用這種特別的服務和店家收取廣告上架費。



計畫創新重點

一步到位的服務，目前市面上所有搜尋店家的應用程式，都是需要使用這在找到資訊後，在自己付費撥打電話，店家也不知道使用者是從哪種管道撥打的，難以計算廣告效益，透過本服務後，使用者可以看到喜歡的店家直接按下撥號圖示，馬上與店家通話。加快與店家連絡的速度。

One step service 創新



研發成果及衍生效益

本服務在 hifree 之中以成功讓一部份的使用者成為愛用者，在測試期間平均一天有 172 通電話由使用者藉由本服務的軟體電話撥出，若以達成交易率為 10% 來算，每筆交易金額 200~500 元的話，則一天會創造出 3440~8600 元的交易金額，這就是本服務帶給 hifree 的價值，將來正式全面上線後預計讓 hifree 百萬會員中會有七成的事識別度，這樣將來平均每天大約有上千通的電話由使用者藉由本服務的軟體電話撥出，以達成交易率為 10% 來算，每筆交易金額 200~500 元的話，則一天會創造出萬元以上的交易金額，這時候就可以和店家收取廣告上架費。

專案執行重要心得

參加這個計畫案，從開始到結案，以讓我白了少年頭，看似容易的案子內容不過是將兩種程式結合在一起，豈知執行會是這麼艱困，因為其中牽扯到的單位不計其數，對所有單位以及技術處都是由我一個人在做溝通、協調，請他們務必配合，在計畫期間我也同時身兼其他外務，因此我學到了一人三用的高級技巧，這樣的磨練讓我的經驗值從 LV1 升到 LV5，還好有劉純宜專員當我的後盾，當我不知道怎樣寫的時候都會打電話給她問一些問題，在她的耐心講解後，我總算有比較了解如何填寫結案報告，否則，光是跟其他公司溝通就已經讓我很煩心了，還要寫這一堆報告，我肯定會離職走人，感謝純宜。回首這一切讓我心有戚戚焉，作一段韻文聊表我心：結案急急著手棘棘；非我所習措手不及；結案急急著手棘棘；無法休息半刻難寢；結案急急著手棘棘；勞我心悸華陀難醫；字字血汗珠璣；勞勞紛紛難期。

