

曼都國際美麗新經濟

數據趨動智慧流通之服務發展成果分享

報告人：陳賡仁



簡報大綱

1

企業簡介

2

計畫申請契機與源由

3

計畫執行策略、內容與作法

4

遭遇問題及解決方法

5

成果分享

曼都髮型創業基石



創始店

- 1966年
- 七張椅子
- 八名員工

集團組織架構



曼都髮型創業基石-現代樣貌



走過55年



簡報大綱

1

企業簡介

2

計畫申請契機與源由

3

計畫執行策略、內容與作法

4

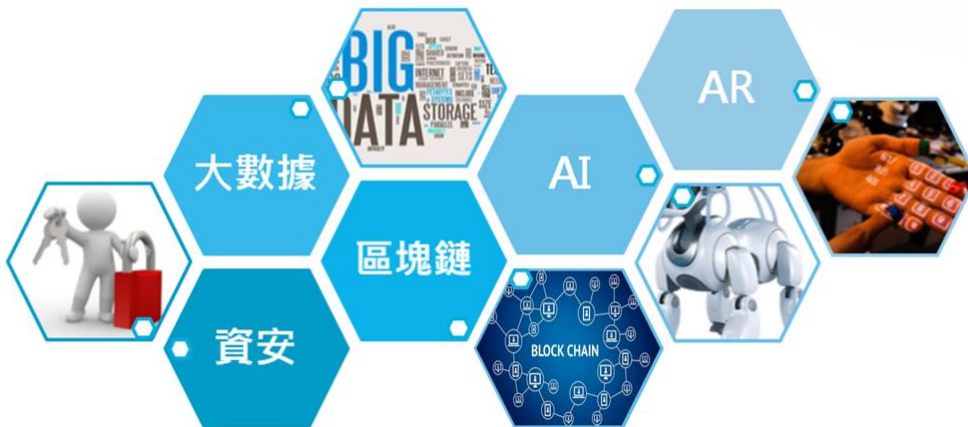
遭遇問題及解決方法

5

成果分享

未來3-5年發展方向: 科技的時尚業

- AI人工智慧
- 大數據分析
- 雲端運算
- 區塊鏈
- IOT物聯網
- 機器人
- 5G



圖片來源中華電信研究院主力研發之五大領域

官方帳號預約優化



計畫申請契機與源由



mentor
group

曼妙生活、都是玩美流通服務計畫

智慧分析

雲端管理

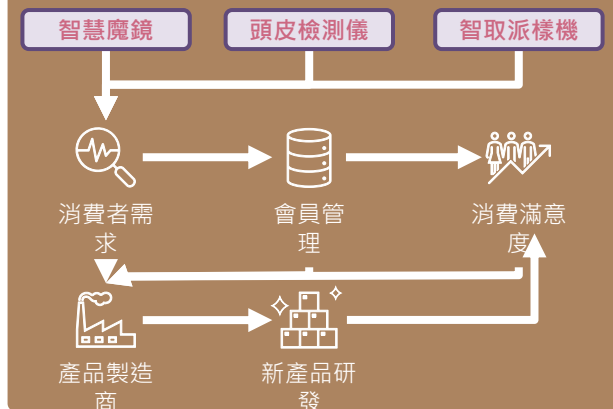
數據共享

產品開發

分群行銷

計畫目標：透過「垂直分工」與「水平行銷」拓展新服務、挖掘新通路、銷售新產品

以數據拓展垂直供應，藉新服務挖掘通路機會



互助提供新產品銷售，藉水平網絡創聯合商機



簡報大綱

- 1 | 企業簡介
- 2 | 計畫申請契機與源由
- 3 | 計畫執行策略、內容與作法
- 4 | 遭遇問題及解決方法
- 5 | 成果分享

圖 10-1-1 美髮連鎖品牌「曼都美髮」商業模式圖

圖中展示了「曼都美髮」商業模式的運作流程，包括資訊流、服務流和資金流。

主要參與者：

- 設計師 (Designer)
- 門市 (Franchise Store)
- 總公司 (Headquarters)
- 消費者 (Consumer)
- 曼都好物生活網 (Mandarin Good Life Network)
- 智能派樣機 (Smart Sample Machine)
- 異業夥伴 (Logistics Partner)

資訊流 (資訊流)：

- 消費者提供顧客資訊給設計師。
- 設計師提供顧客資訊給門市。
- 門市提供營運支援給總公司。
- 總公司提供統籌管理給曼都好物生活網。
- 曼都好物生活網提供訂單資訊給智能派樣機。
- 智能派樣機提供商品上架給異業夥伴。
- 異業夥伴提供物流寄盒給消費者。
- 消費者提供頭皮檢測、髮質諮詢給AI頭皮檢測服務。
- AI頭皮檢測服務提供產品配送給消費者。

服務流 (服務流)：

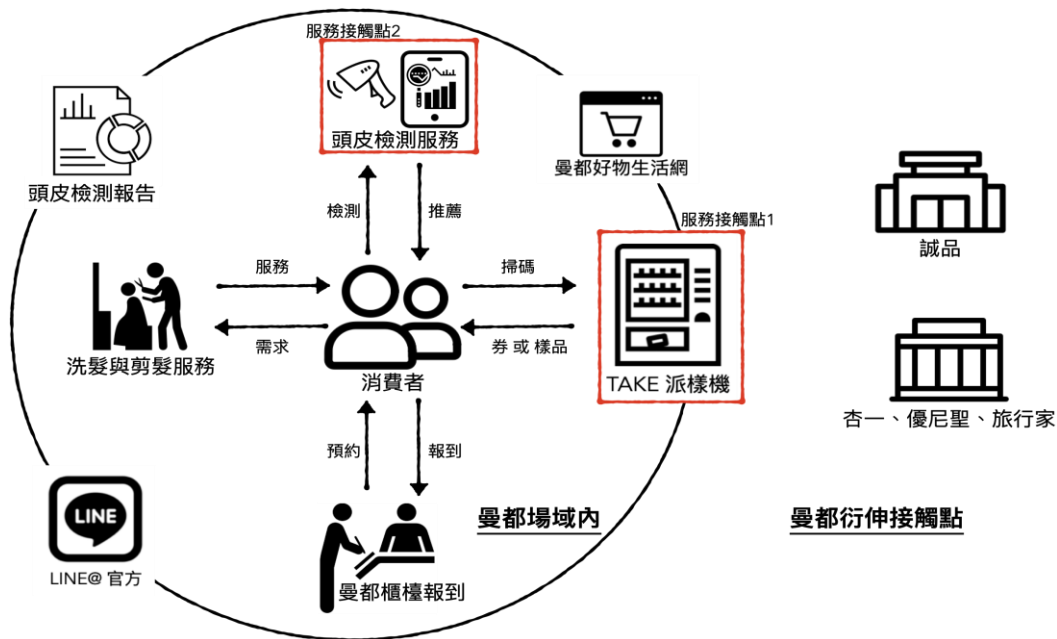
- 設計師提供美髮服務、產品消費給消費者。
- 消費者提供美髮服務、產品消費給門市。
- 門市提供美髮服務、產品消費給總公司。
- 總公司提供美髮服務、產品消費給曼都好物生活網。
- 曼都好物生活網提供美髮服務、產品消費給智能派樣機。
- 智能派樣機提供美髮服務、產品消費給異業夥伴。
- 異業夥伴提供美髮服務、產品消費給消費者。

資金流 (資金流)：

- 消費者支付美髮服務、產品消費給門市。
- 門市支付美髮服務、產品消費給總公司。
- 總公司支付美髮服務、產品消費給曼都好物生活網。
- 曼都好物生活網支付美髮服務、產品消費給智能派樣機。
- 智能派樣機支付美髮服務、產品消費給異業夥伴。
- 異業夥伴支付美髮服務、產品消費給消費者。

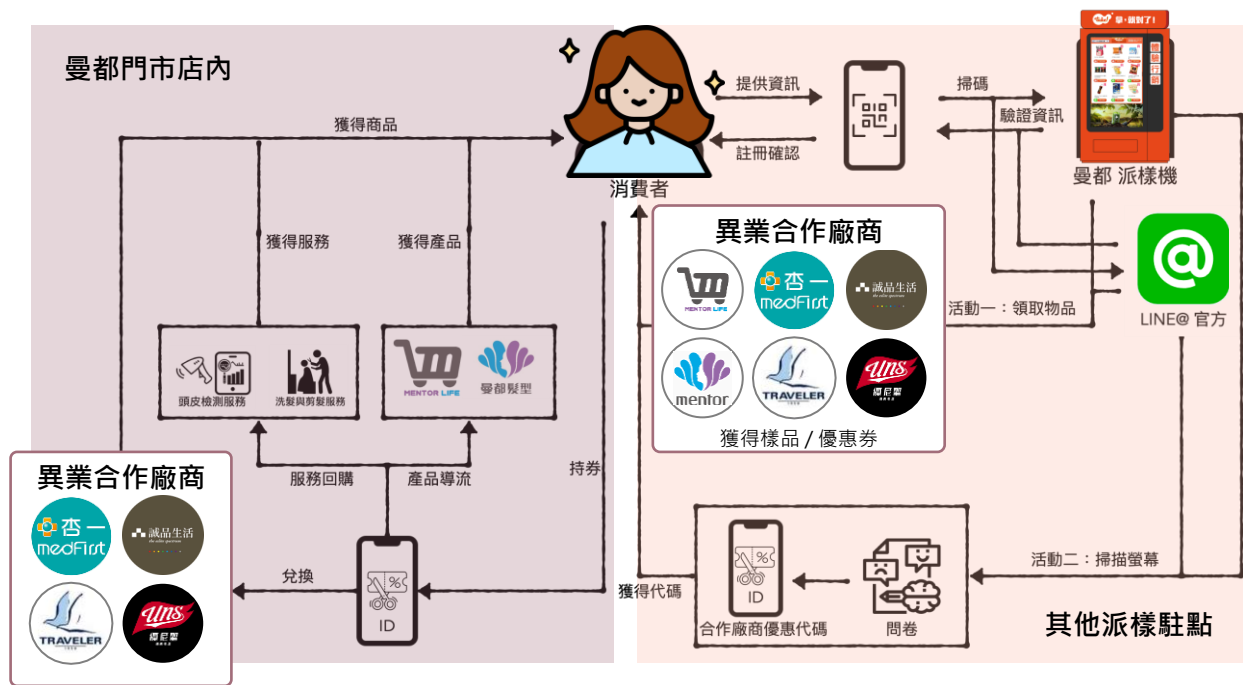
計畫執行做法

- 提供消費者更多元的服務情境，讓曼都可以捕捉到更多的消費樣貌，藉此結合智慧分析技術，提供總公司了解消費者的偏好與頭皮的健康狀況，更精準的開發M&U的新產品與經營策略佈局。



計畫執行做法-服務情境說明

導入頭皮檢測儀與派樣機，進而擴大曼都客戶的服務接觸點，並整合異業合作夥伴資源，加深顧客優質的服務體驗，帶動整體服務高值化



頭皮檢測儀 提升服務體驗帶動產品銷售

頭皮檢測儀：導入曼都的45家的曼都門市以及3家的夥伴門市，來增加曼都店內的第二個服務接觸點，初期則先以45家店面作為宣導，未來將藉由消費者的滿意度來作為導入效果的指標，將服務慢慢拓展至曼都的各個門市

美髮沙龍設計師利用平板建立消費者會員檔案，系統將不同結構之數據資料進行整理、資料標記與分類



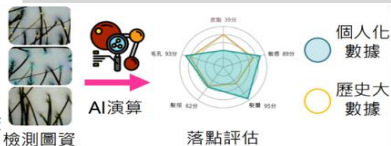
01 體驗前置KYC作業

設計師協助消費者透過自動切換探頭進行頭皮/皮膚檢測，依沙龍店面燈光現況切換三種光源，進行影像辨識



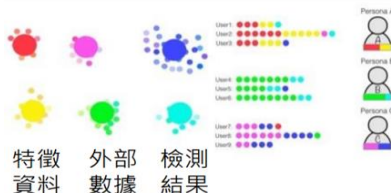
02 操作儀器擷取影像

檢測圖資導入雲端AI演算，結合大數據資料庫，分析個人檢測報告、分群平均膚質比對與檢測結果



03 搭配AI解析個人數據

消費者掃描QRCode，由社群軟體取得個人檢測報告。系統針對特徵資料推薦合適保養課程局居家產品



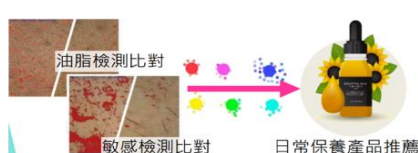
04 取得顧客專屬報告

設計師/服務人員說明個人皮膚問題，介紹本次課程使用產品特性，引導消費者進行線下適配商品選購



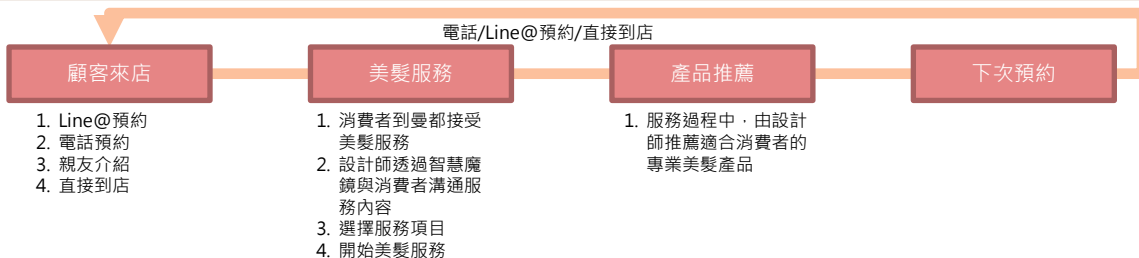
05 課程施作與保養促購

施做療程後比對皮膚改善效果，鼓勵消費者針對皮膚問題，參考店家推薦居家保養產品，延續保養效益

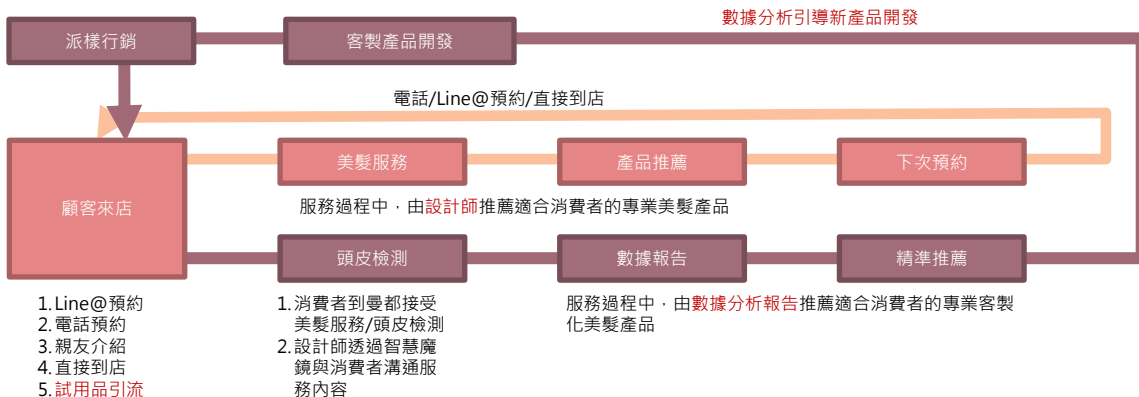


06 回測及居家保養推廣

計畫導入前後比較

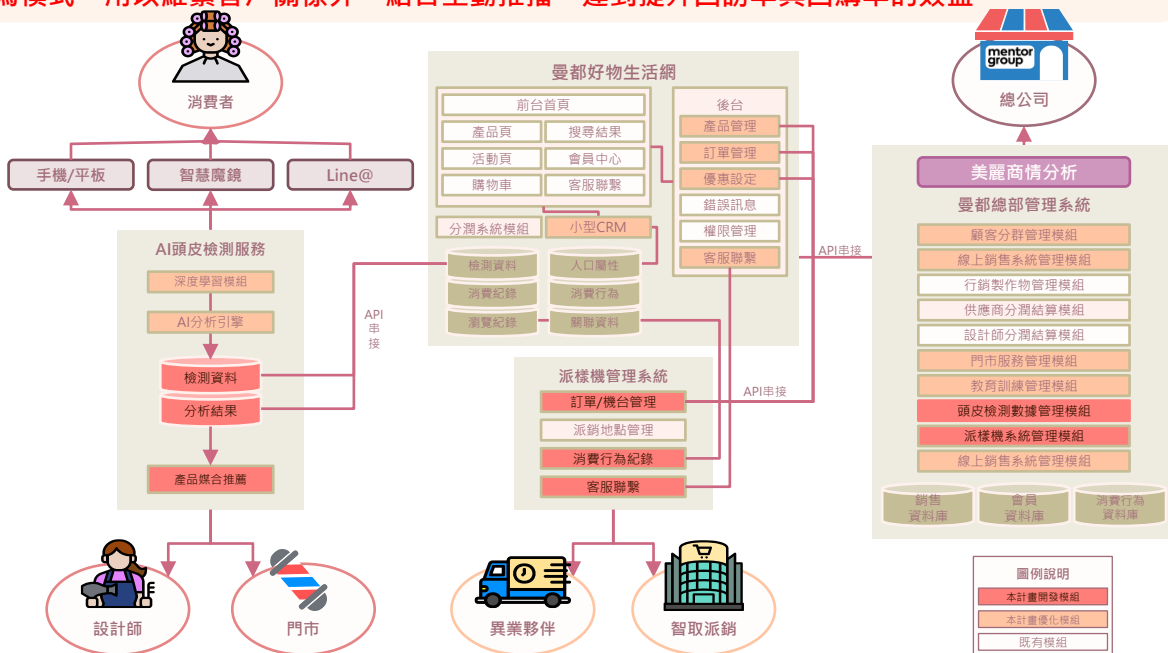


To-be：透過本計畫，整合多方數據、導入智慧科技、串聯異業合作銷售，與美麗產業和消費者間建立主動且持續的互動關係，給予智慧又有充滿溫度的服務體驗，創造持續不斷的消費迴圈！



整體系統架構圖

總公司應用歷史會員數據、產品銷售數據、客服紀錄等資料，結合全新整備的頭皮檢測數據與派樣產品，進行資料串流、整合分析與全面優化整理，**透過不同演算法建置消費者偏好分析引擎、語意分析引擎、導購系統模組等應用，找到消費者偏好之關鍵要素，掌握消費者輪廓及預測消費行為模式，用以維繫客戶關係外，結合主動推播，達到提升回訪率與回購率的效益**



服務新流程

步驟一

顧客線上預約
曼都門市服務，
並前往門市。



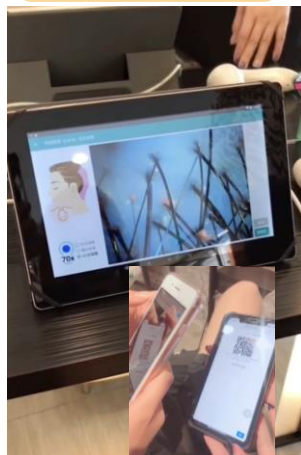
步驟二

協助顧客進行
頭皮檢測。



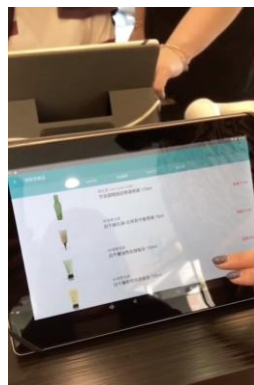
步驟三

過程中主動提供
顧客頭皮諮詢，
設計師加以說明
並推薦成為會員。



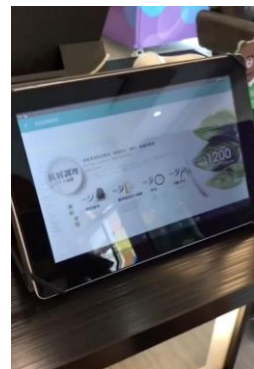
步驟四

系統自動產生推
薦產品或服務，
並提供適合的產
品訊息與樣品。



步驟五

顧客資訊、
消費紀錄回
傳總部後台，
進行顧客分
析與管理。



導客新嘗試

步驟一

顧客選擇「派
樣商品」

步驟二

顧客掃描「派
樣機」QRcode

步驟三

顧客確認派樣
產品。

步驟四

問卷填寫

步驟五

派樣領取



步驟一

從頭皮數據中「**以壓力等級來區分**」
曼都消費者對於不同壓力等級於頭皮護理的狀況

步驟二

「**將消費者頭皮**」
狀況數據與髮品供應商溝通與討論

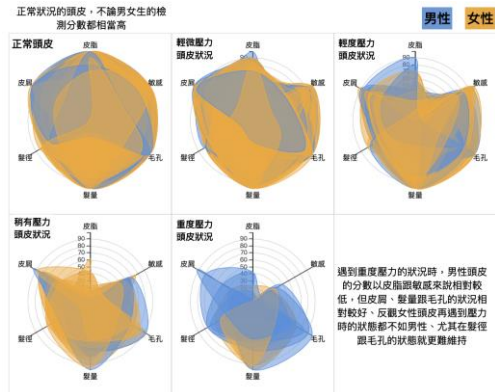
步驟三

根據「曼都」提供之資料來生產符合曼都消費者的髮品，提供給予曼都進行內部測試

步驟四

依照內部測試結果，成為曼都內部開發之新髮品產品

正常狀況的頭皮，不論男女生的檢測分數都相當高



花舞大地~~脈輪系列



**一份來自大地之愛
療癒與款待自己的禮物**

馨薇烏龜-洗髮精
馨薇烏龜-免沖護髮乳
馨薇烏龜-香氛精油
海洋與雪松-香氛精油

能量芳療 AROMATHERAPY

馨薇烏龜-洗髮精
馨薇烏龜-免沖護髮乳
馨薇烏龜-香氛精油
海洋與雪松-香氛精油

簡報大綱

- 1 | 企業簡介
- 2 | 計畫申請契機與源由
- 3 | 計畫執行策略、內容與作法
- 4 | 遭遇問題及解決方法
- 5 | 成果分享

遭遇問題及解決方法

類別	困難說明	解決方案
計畫執行面	現況因疫情影響誠品場域之線下人流減少，樣品派送數量大幅減少	持續動員曼都門市配合宣傳與活動來完成行銷目標
系統導入	曼都員工年齡層橫跨老中青三代，對於資深設計師而言，習慣數位科技服務較具挑戰性。	1.本公司加強教育訓練課程及訓練場次，並拍攝不同教學影片，讓設計師/助理熟悉操作頁面。 2.透過年輕設計師帶動資深設計師使用。 3.設計競賽激勵獎金，提升設計師使用意願。
疫情面	目前三級封鎖的狀況持續有可能會影響到線下的實際人流量	持續動員曼都門市配合宣傳與活動來完成行銷目標

簡報大綱

- 1 | 企業簡介
- 2 | 計畫申請契機與源由
- 3 | 計畫執行策略、內容與作法
- 4 | 遭遇問題及解決方法
- 5 | 成果分享

成果效益分享(1/5)



TAKE!派樣機



成果效益分享(2/5)

首頁

系統管理

商品管理

訂單管理

交易記錄

報表

業務小程序

tabe! 管理平台 | 您目前在「 訂單管理 > 交易記錄」

搜尋: 狀態: ALL

訂單ID:

商品:

廣告主: 58

交易日期:

-

社群類別:

X 社群使用者:

新增

搜尋

初始

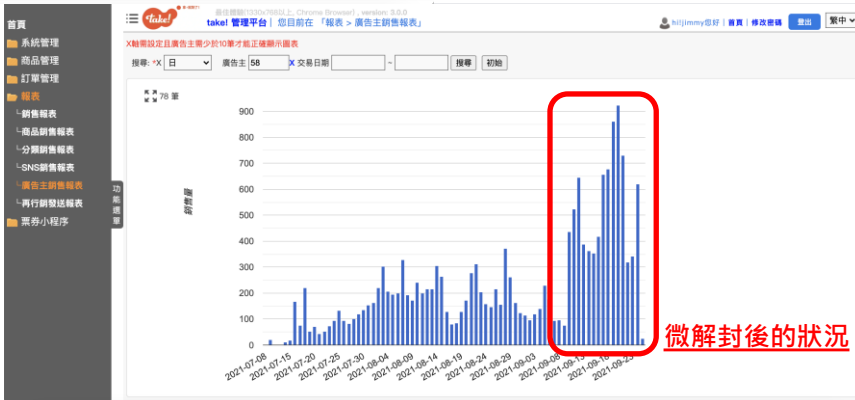
已領取

未領取

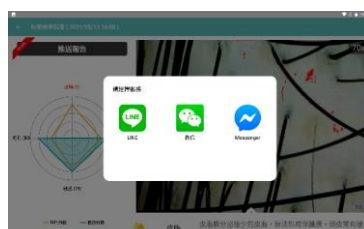
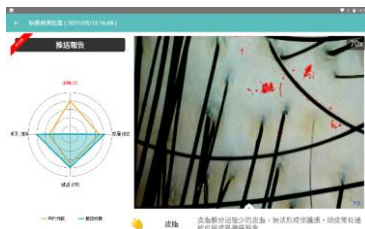
共 17,724 筆, 1 / 178 頁

1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 [跳十頁][最後頁]

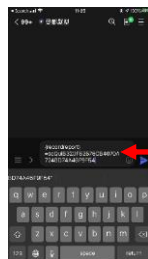
☐	訂單ID	廣告主	商品	實得訂單碼	會員ID	狀態	領取日期	交易日期	有效日期
☐	495821	曼都	(1152) 曼都烏龍精油洗髮精	CY1632540450943636	e557f5dd699f41e0884a8e026b51a7f6	未領取		2021-09-2 5 11:27:31	2021-09-2 5 11:32:31
☐	495820	曼都	(1153) 曼都烏龍精油洗髮精	CY1632540408764979	143b02e853bf4d05b30316b9033b3268	已領取	2021-09-2 5 11:27:17	2021-09-2 5 11:26:49	2021-09-2 5 11:31:49
☐	495819	曼都	(1153) 曼都烏龍精油洗髮精	CY1632540364909005	e557f5dd699f41e0884a8e026b51a7f6	已領取	2021-09-2 5 11:26:34	2021-09-2 5 11:26:06	2021-09-2 5 11:31:06
☐	495818	曼都	(1154) 曼都烏龍精油洗髮精	CY1632540316854999	143b02e853bf4d05b30316b9033b3268	已領取	2021-09-2 5 11:25:49	2021-09-2 5 11:25:17	2021-09-2 5 11:30:17
☐	495817	曼都	(1154) 曼都烏龍精油洗髮精	CY1632540261982835	e557f5dd699f41e0884a8e026b51a7f6	已領取	2021-09-2 5 11:25:00	2021-09-2 5 11:24:22	2021-09-2 5 11:29:22



成果效益分享(3/5)



點擊開啟
LINE APP



已填好的報告碼，
按下發送



檢測報告

成果效益分享(4/5)

分店代號: 日期: 起 2021/09/01 至 2021/09/27 查詢

客戶代號	領取商品	領取日期	派發機構	問卷
1	(1145)曼都P5周年口罩-【桃紅】	2021-09-20 16:06:13	(TW020008)秀泰生活樹林	Q1:請問您的性別: A1:女 Q2:請問您的年齡: A2:18~25 Q3:請問您的身份: A3:學生 Q4:是否聽過曼都好物生活網? A4:是 Q5:您有多常在網路上買東西? A5:一週一次(含)以上 Q6:什麼動機會最吸引您在網上購物? A6:添購生活用品 Q1:請問您的性別: A1:男

2	(1145)曼都P5周年口罩-【桃紅】	2021-09-17 16:28:16	(TW020008)秀泰生活樹林	
---	---------------------	---------------------	------------------	--

客戶檢視

姓名 林明倫
 性別 男
 電子郵件 123456789@outlook.com
 照片
 註冊日期 2021/09/07 12:17
 最後登錄 2021/09/27 12:17
 最後瀏覽 2021/09/27 12:17

生日 1990/08/08
 手機號碼 0912345678
 會員等級 vip10000

註冊日期 2021/09/07 12:17
 最後登錄 2021/09/27 12:17
 最後瀏覽 2021/09/27 12:17

店 客戶 最近瀏覽日 詳情 30天
 內購 內購 2021/07/27 4200 詳情 詳情

最近瀏覽
 商品名稱 單價 購買次數 內購金額 最近購買 使用日期 數量
 內購金額 詳情

最近瀏覽
 商品名稱 數量 購買日期 內購金額 最近購買 使用日期 數量
 內購金額 詳情

主輪廓分析

■ 執行時間: 2021/7/15~2021/9/24

■ 派發份數: 共6,533份

性別佔比

別標籤	女	不想說	男	總計
上班族/專業工作人士	75.21%	2.94%	21.85%	100.00%
已退休	50.00%	14.29%	35.71%	100.00%
公務員	55.56%	1.59%	42.86%	100.00%
老闆/管理階層/創業者	56.76%	13.51%	29.73%	100.00%
家管/自由業	74.76%	4.85%	20.39%	100.00%
學生	79.17%	3.13%	17.71%	100.00%
總計	71.15%	4.42%	24.42%	100.00%

職業佔比

別標籤	女	不想說	男	總計
上班族/專業工作人士	44.53%	28.00%	37.68%	42.12%
已退休	3.48%	16.00%	7.25%	4.96%
公務員	8.71%	4.00%	19.57%	11.15%
老闆/管理階層/創業者	5.22%	20.00%	7.97%	6.55%
家管/自由業	19.15%	20.00%	15.22%	18.23%
學生	18.91%	12.00%	12.32%	16.99%
總計	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

主要年齡層

別標籤	0~17	18~25	26~35	36~45	46+	總計
女	2.49%	27.11%	32.09%	31.84%	6.47%	100.00%
不想說	8.00%	12.00%	20.00%	24.00%	36.00%	100.00%
男	7.97%	14.49%	38.41%	28.26%	10.87%	100.00%
總計	4.07%	23.36%	33.10%	30.62%	8.85%	100.00%

- 女性為主要領取族群佔71.15%
- 上班族總計佔領取量42.12%
- 主要年齡層為26~45歲

M & U 洗髮露(9/2~9/24共561份)

各職業別網路購物的因素?

別標籤	添購生活用品	節慶送禮	團購	優惠活動	總計
上班族/專業工作人士	17.81%	18.26%	16.89%	47.03%	100.00%
已退休	68.00%	8.00%	12.00%	12.00%	100.00%
公務員	6.76%	16.22%	40.54%	36.49%	100.00%
老闆/管理階層/創業者	12.77%	51.06%	17.02%	19.15%	100.00%
家管/自由業	16.36%	7.27%	6.36%	70.00%	100.00%
學生	13.41%	28.05%	25.61%	32.93%	100.00%
總計	17.24%	19.57%	19.03%	44.17%	100.00%

各職業別經常性購買洗髮品的地點?

別標籤	由家人購買	其他	專業髮廊	實體店面	網路	總計
上班族/專業工作人士	7.76%	4.57%	14.16%	50.68%	22.83%	100.00%
已退休	20.00%	44.00%	8.00%	16.00%	12.00%	100.00%
公務員	16.22%	8.11%	39.19%	22.77%	13.51%	100.00%
老闆/管理階層/創業者	10.40%	2.13%	31.91%	31.91%	23.40%	100.00%
家管/自由業	40.00%	9.09%	13.64%	22.73%	14.55%	100.00%
學生	17.07%	9.76%	8.54%	42.68%	21.95%	100.00%
總計	17.41%	8.26%	17.77%	37.16%	19.39%	100.00%

各職業別洗髮最在意那些?

列標籤	功效	洗後髮質 柔順度	洗淨力	香味	價格	總計
上班族/專業工作人士	30.14%	19.63%	27.40%	16.44%	6.39%	100.00%
已退休	28.00%	12.00%	8.00%	4.00%	48.00%	100.00%
公務員	10.81%	29.73%	36.49%	16.22%	6.76%	100.00%
老闆/管理階層/創業者	29.79%	14.89%	36.17%	19.15%	0.00%	100.00%
家管/自由業	10.91%	55.45%	15.45%	8.18%	10.00%	100.00%
學生	41.46%	10.98%	19.51%	17.07%	10.98%	100.00%
總計	25.31%	26.03%	24.96%	14.54%	9.16%	100.00%

由表可知綜合退休人士網路購物因素為添購生活用品，加上最在意洗髮價格，低單價的洗髮商品可主打退休人士；對家管的行銷可強調順順力的切角；洗淨力、功效、美膚度是平均都會在意三項。

M&U 艾草頭皮精華露



薔薇烏龍-洗髮精

薔薇烏龍-免沖護髮乳

薔薇烏龍-香氛精油

海洋與雪松-香氛精油

一份來自大地之愛 療癒與款待自己的禮物

薔薇、羅漢木、海洋松木大馬士革草賦予妳的靈藥，大馬士革草滋養髮根與髮力，
大馬士革草與羅漢木賦予妳的靈藥，大馬士革草與羅漢木賦予妳的靈藥，大馬士革草與羅漢木賦予妳的靈藥。

薔薇烏龍精油洗髮乳

HAIR SPA ORCHID WITH ESSENTIAL OIL

添加大馬士革草萃取精華精油，羅漢木與海洋松木精油合清茶香氣助身心舒緩放鬆，富含維生素B、C、E成分，可恢復受損髮絲彈性，鎖住髮絲水分，賦予高濕潤。

使用方式

取適量於掌心塗抹於頭髮上，揉搓起泡並均勻按摩頭皮後再沖洗乾淨。

250 ml
建議售價 \$ 120

薔薇烏龍精油免沖護髮乳

HAIR CREAM WITH ESSENTIAL OIL

玫瑰與羅漢木精油與海洋松木精油合清茶香氣助身心舒緩放鬆，富含荷荷巴油，保潔性甘油，鎖住髮絲水分賦予高濕潤，添加維生素B、E成分，補充毛髮流失的養分，強化髮絲彈性及韌性。

使用方式

頭髮洗淨後，將水分擦至八成乾，取適量塗抹於髮絲，均勻按摩後即可吹乾，不須沖洗。

100 ml
建議售價 \$ 60

能量芳療 AROMATHERAPY

透過嗅覺，直接按摩身體與臉部穴道，或加入沐浴，放鬆身心，
用愛與，均勻按摩，加強精油與身心靈的連結，啟動積極能量。

薔薇烏龍香氛精油

ROSA & ODORANT TEA

草萃大馬士革草萃取精華精油，羅漢木大馬士革草，羅漢木與海洋松木精油合清茶香氣，透視沐浴於滾燙花海中與大地共舞，身心靈皆已療癒，玫瑰可恢復肌膚彈性，延緩老化，美化肌膚，幫助肌膚留住水分，使肌膚細嫩光潤。

代價與功效

改善失眠、心悸、中風後遺症、
改善失眠、心悸、中風後遺症、
改善失眠、心悸、中風後遺症、
改善失眠、心悸、中風後遺症、

30 ml
建議售價 \$ 30

海洋與雪松木香氣精油

OCEAN & CEDARWOOD

改善失眠、心悸、中風後遺症，帶來安定的力量，如徜徉在海洋般令人心曠神怡，雪松木可調節頭皮分泌，有效防癢、止癢，能滋潤頭皮，改善頭髮，帶來煥然一新的感受。

代價與功效

改善失眠、心悸、中風後遺症、
改善失眠、心悸、中風後遺症、
改善失眠、心悸、中風後遺症、
改善失眠、心悸、中風後遺症、

30 ml
建議售價 \$ 30

TAKE派樣機領取過程



成果影片分享

頭皮檢測操作過程



簡報結束
謝謝聆聽

Thanks for Listening.

