



111年度流通服務智慧化推動計畫

台灣好眼鏡智慧配鏡 創新通路服務聯盟推動計畫



報告人：

中天眼鏡 總經理 廖日以



平價、時尚、專業、研發 並持續以最先進的技術，走在產業最前端！

秉持**不過份推銷、不
價競爭**銷售模式。依
客戶實際需求推薦合
適產品，更**維護專業
驗光師的薪資收入**。



平價



時尚

以**合理價格**向供應商採購
鏡框、鏡片，並堅持為消
費者提供**高品質且多元化**
的時尚視鏡產品。保障消
費者與產業鏈的多贏！

中天長久以來便與視
光學校產學合作，人
員並完成視光科系學
歷。給予顧客更適當
的專業建議。



專業



研發

中天擁有多項獨家
**專利及全球首創的
眼部融像量測技術
開發**。持續不斷的
研發能量，推進眼
鏡產業再進化！

Prize
EYEWEAR

我們以純正台灣精神 撼動全世界
MADE IN TAIWAN

CP值超高的眼鏡

超輕、超薄、超有彈性
整副眼鏡沒有螺絲 沒有焊接
給你一整天的輕盈舒適
♪最高品質 你瞧瞧！



好友
募集中!



LINE@

@904wmce2



Prize

全台總經

價格透明

製程公開

我們以純正台灣精神 撼動全世界

Prize 取自於最高榮譽獎的精神，發揮台灣好眼鏡與眾不同的工藝與風格，將台灣眼鏡文化傳承下去，代表著國家團隊，以重視品質、專業、用心感受客人的需求，把台灣眼鏡高品質的榮譽帶到全世界各地區，以創新取代傳統的差異化策略，永續發揚台灣文創設計實力。



精緻工藝 台灣製造
/ 鍍層打標

設計理念

『Prize 台灣好眼鏡』全程台灣研發、設計、生產的專業團隊，工藝結構完全依照台灣人的特質去設計，鏡框輕盈且能舒適佩戴，價格透明化、製程公開化，以創新、專業，打造眼鏡市場版圖新世代，結合眼鏡街店，以舒適為本的設計理念，成為主流嶄露頭角，有別於業界作風，開拓眼鏡街店的時尚視覺與享受。

台灣好眼鏡



我們以純正台灣精神 撼動全世界

4
大
推
薦

- 1 熱愛MIT產品工藝
重視品質與舒適度，完善售服18個月保固
- 2 預算輕鬆抓
鏡框價格透明，鏡片0元，購買最安心
- 3 追求流行時尚
眼鏡亮麗有型，穿搭有自信
- 4 5星好評專業配鏡
合格驗光師光服務，專業精準，暖心服務有溫度

台灣製造
價格透明

Prize
EYEWEAR

鏡框 1880 元 難付
配對時

薄型奈米非球面鏡片
MADE IN CO. TAIWAN
鏡片規格 1.56 / 1.6 / 1.67

通通只需 0 元

io系列 潮流雅痞款

全程由台灣研發・設計・生產的專業團隊



雷射雕刻的設計碼
一支鏡框搭配一組設計碼。

瑞士塑料(R-90)腳套
腳套不易斷裂，容易調整，加熱到60度即可塑形，包覆感佳，配戴不易滑落。

【無螺絲無焊接】

瑞士塑料(R-90)框面
採用最新R90材料，結合5承6軸車削技術，將高韌性融入其中，跳脫膠框厚重，雙邊易開裂的刻板印象，以配戴的舒適性為依歸，重量僅6-8克。

R型鼻樑
高科技薄鋼，雙孔鼻樑堅固耐用，易調整，專業設計，適合亞洲臉型配戴。

矽膠鼻墊
醫療級矽膠，對人體無毒無害，符合鼻樑設計，不易滑落。

【全新io扣押式結構】
將彈性融入其中，扣押式軸心，開關無雜音。

MADE IN CO. TAIWAN

大綱

- 壹、計畫簡介
- 貳、解決方案建置及導入說明
- 參、成果展示
- 肆、計畫執行遭遇之困難與處理
- 伍、結語



壹、計畫簡介



計畫簡介

計畫名稱	台灣好眼鏡智慧配鏡創新通路服務聯盟推動計畫
受補助廠商	中天眼鏡
提案類別	□強化供需鏈管理 ■創新通路營銷模式
計畫目標	以獨立眼鏡商業者為核心，共組台灣好眼鏡聯盟模式，提供消費者全新的通路服務新體驗，包括MIT 鏡框鏡片+MIT 融像量測儀+MIT 好服務=跨通路+新服務的台灣好眼鏡聯盟
計畫內容綱要	改善消費者全通路的新配鏡服務體驗，為眼鏡零售業帶來新的聯盟合作模式。  The diagram illustrates the service flow and participants of the Taiwan Good Glasses Alliance. At the top, a central box labeled '台灣好眼鏡聯盟' (Taiwan Good Glasses Alliance) is flanked by arrows pointing to '消費前' (Before Consumption), '消費中' (During Consumption), and '消費後' (After Consumption). Below these, three boxes represent the service stages: 'MIT店中店櫃' (MIT In-Store Counter), '個人融像量測' (Personal Refraction Measurement), and '智慧配鏡推薦' (Smart Glasses Recommendation). These stages are linked to '一般消費者' (General Consumers) and '眼鏡零售業者' (Glasses Retailers). The '服務方案' (Service Scheme) section details three main components: 1. '店中櫃聯合式行銷' (In-Store Counter Joint Marketing) and 'MIT店中店櫃位聯合行銷' (MIT In-Store Counter Joint Marketing), featuring icons for Priority, MIT, and social media. 2. '融像量測智慧配鏡' (Refraction Measurement Smart Glasses Recommendation), featuring icons for a refraction meter, AI recommendation, and social media. 3. '跨店聯盟售後服務' (Cross-Store Alliance After-Sales Service), featuring icons for a location map, repair, and social media. The diagram also includes a vertical label '主軸對象' (Main Object) on the left side.



整體計畫構想

鏡框鏡片+ 融像量測儀+ 好服務=跨通路+新服務台灣好眼鏡聯盟



鏡框鏡片+ 融像量測儀+ 好服務=跨通路+新服務台灣好眼鏡聯

跨通路+新服務的台灣好眼鏡聯盟

當前市場痛點



消費者

消費前

找尋及選擇配鏡門市

消費中

門店內配鏡挑選

消費後

售後定期眼鏡維修保養

× 痛點1

1. 配鏡以居住、辦公、學區鄰近地的眼鏡行為主，**配鏡服務品質不確定性高**。
2. 各眼鏡行進貨的**鏡框鏡片品質不一**。
3. 鏡框重、易折損、材質不佳導致**過敏等問題**。

× 痛點2

1. 鏡片鏡框挑選以個人主觀喜好為主，店內銷售人員經驗為輔，**仰賴人為**模式進行推薦。
2. **缺乏更具科學化**、精準量測儀器輔助配鏡挑選。

× 痛點3

1. 因工作出差、畢業離校、搬家遷移離開居住地，因為**距離移動而變相無法再享有原店家售後服務**。
2. 跨店提供免費維修眼鏡保養服務不易，**鮮少店家願意提供跨品牌支援**。

消費者

眼鏡零售商

方案

1. 競爭者多，**獲客成本高及新客開發不易**
2. 多數**缺乏行銷資源**，推廣模式仍屬傳統

整行銷資源

店中櫃聯合式行銷

1. 傳統眼部度數量測檢測儀器設備，**依靠驗光師經驗**

整智慧工具

融像量測智慧配鏡

1. 獨立店經營居多，**通路展店不易，難滿足會員移動之售後服務需求**

整商品服務

跨店聯盟售後服務

流通模式與服務應用



通路產品與服務對象

	生產者或供應者	批發業	零售業
流通通路類型及內容	●店中櫃聯盟商品銷售 ●協助於零售業店家門是設置MIT專屬商品貨櫃架	●店中櫃聯盟商品銷售 ●協助於零售業店家門是設置MIT專屬商品貨櫃架	●聯盟眼鏡品牌零售店跨店通路合作 ●店內架設MIT專屬櫃位，上架具高品質及時尚潮流設計的鏡框商品
目標客群	國內眼鏡批發及眼鏡零售業(包括獨立眼鏡行及連鎖眼鏡行)	國內眼鏡零售業(獨立眼鏡行為主)	一般消費大眾
提供產品內容	MIT高品質、通過SGS安全認證、具設計潮流感性的鏡框商品		
提供服務內容	整合行銷資源、眼部融像量測儀器、會員APP及Line 行銷		
滿足何種需求	滿足議價能力低且行銷資源有限的中小型批發商和零售商，加入聯盟後也能享有販售高質流行性鏡框商品進貨能力與整合行銷服務		兼具視覺矯正功能性配鏡，又具高品質、時尚設計性的鏡框品的消費需求

貳、解決方案建置 及導入說明

實施策略：店內門市行銷

店內門市行銷

AS IS

As-Is

服務導入前

1 實體街邊門店廣告

宣傳手法傳統，幾乎沒有行銷



多數商家僅有在店門外張貼鏡片或是代理鏡框的廣告海報，整體宣傳力道小。

2 有限的商品選擇

可選擇商品少，品質參差不齊



受限營運規模小，難以具競爭力成本進貨多種類鏡片與鏡框，故可銷售商品有限。

3 儀器操作訓練為主



儀器檢測服務

人員的訓練以操作傳統儀器為主，如驗光、驗度數等。

4 被動式行銷銷售

被動等待顧客入店消費



消費者自行前往店家進行配鏡服務消費，缺乏主動式行銷引客策略。

店中櫃聯合示行銷

1 數位行銷廣告投放

To-Be

服務導入後



設立聯合行銷官網，透過社群媒體平台等數位工具，進行市場廣告投放行銷推廣。

2 多樣店中櫃商品



零售商店內放置店中櫃，協助與鏡框、鏡片商議價並進行配送，擴大可銷售種類。

3 服務流程SOP



針對合作商家人員進行商品與服務的教育訓練，推動一致性的消費服務體驗。

4 主動式引客銷售



針對到店消費者進行消費紀錄，透過line@做再行銷推播。

實施策略：門店配鏡服務

門店配鏡服務

AS IS

As-Is

服務導入前

1 制式化配鏡規格

門市人員僅詢問簡易配鏡需求



眼鏡行門市人員依照基本配鏡規格詢問需求，無法客製化專業配鏡。

2 驗光師主觀經驗量測

量測易有誤差，需人工調整



傳統儀器量測易有誤差，配鏡需依照驗光師經驗及主觀判斷人工調整。

3 主觀選購或盲選挑鏡

消費者依樣式主觀選擇



消費者以外觀為基礎盲選鏡框鏡片，或依賴店員推薦。未考量款式對視覺成像影響。

4 驗光數據僅留存店內

驗光數據無法自行追蹤管理



驗光資料僅留存在原配鏡行，到其他眼鏡行重新測量容易數據不一致。

融像量測智慧配鏡

TO BE

To-Be

服務導入後

1 iPosition用眼調查

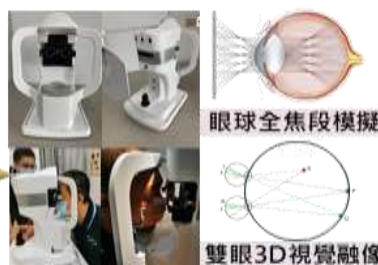


iPosition用眼調查填答

1. 眼睛相關疾病史或開刀經驗?
2. 是否曾有常態性視力模糊情況?
3. 根據您的工作情境，工作時的用眼狀態與下列何者相似?
4. 此次配鏡想改善哪項情境的用眼感受?

消費者配鏡前自填用眼調查表。驗光師了解其眼部狀況及用眼情境後規劃配鏡規格。

2 專利融像儀精準量測



專利融像儀驗光

採用獨家專利量測儀器，打造精準眼部融像數據。

3 科學化智慧適性配鏡



根據使用需求與情境、個人眼部數據，提供最佳適性配鏡建議。

4 個人融像特徵數據



會員註冊建立良好的個人眼部健康管理，且個人驗光數據可在APP內隨時檢視管理。

實施策略：售後維修服務

售後維修服務

AS IS

As-Is

服務導入前



跨店聯盟售後服務

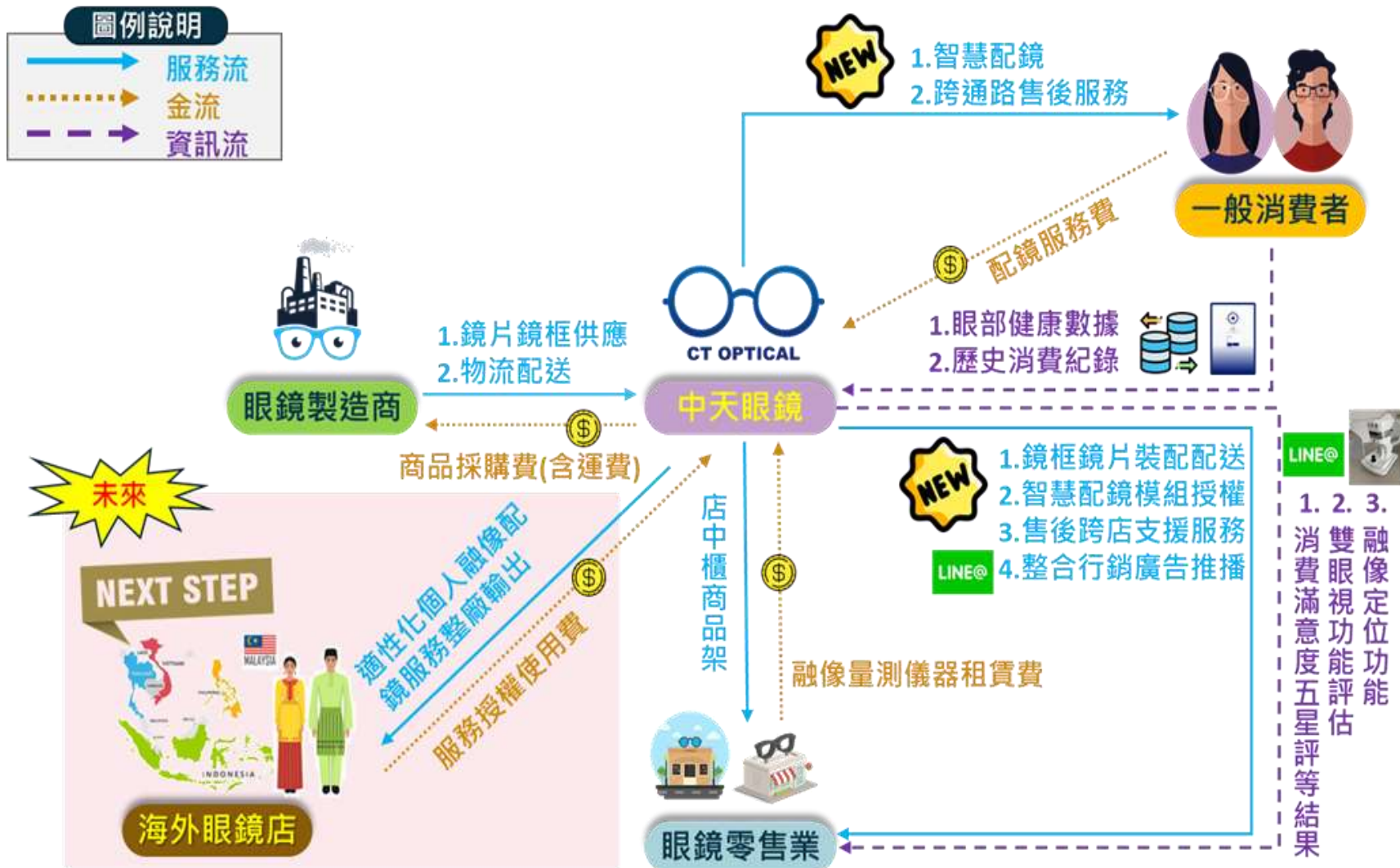
TO BE

To-Be

服務導入後



營運推展方式





台灣好眼鏡商業模式

關鍵合作夥伴

社群媒體：
FB、IG、官
網
合作店家：
聯盟眼鏡門市
網路平台：
聯盟官網
供應商：
MIT鏡框
MIT鏡片

關鍵活動

市場行銷：
KOL、KOC
大量推廣
產品研發：
五大系列

關鍵資源

製程技術：
金屬表面處理
融像技術：
中天眼鏡

價值主張

MIT
Prize品牌
台灣好眼鏡
免殺價
不二價
台灣研發
台灣設計
台灣生產
便利

顧客關係

會員服務：
一站配鏡，全
台聯盟服務

通路

聯盟店面櫃位
官方網站平台
官方粉絲專頁
蝦皮電商

目標客群

IO系列：
年青人、學生
A4系列：
個性、小資族
MQ系列：
復古、文青
J系列：
上班族群
T系列：
休閒族群

聯盟總部成本結構

行銷費用
平台建置與維護
網站維持費用
融像技術費用

門市成本結構

人力成本
進/存貨成本
門市營運成本

聯盟總部收益

採購抽成收入
平台粉專銷貨收入
店商銷貨收入

門市收益

銷貨收入
平台粉專導客收入
店商導客收入

聯盟獲利方式

對象	獲利方式	獲利來源
中天眼鏡	●智慧配鏡服務 ●年度採購合約	●消費者 ●眼鏡零售商
眼鏡製造商	商品採購費(店中櫃)	●中天眼鏡 ●其他眼鏡零售商
眼鏡零售業	●智慧配鏡服務 ●店中櫃架上商品採購差額利潤	消費者

參、成果展示



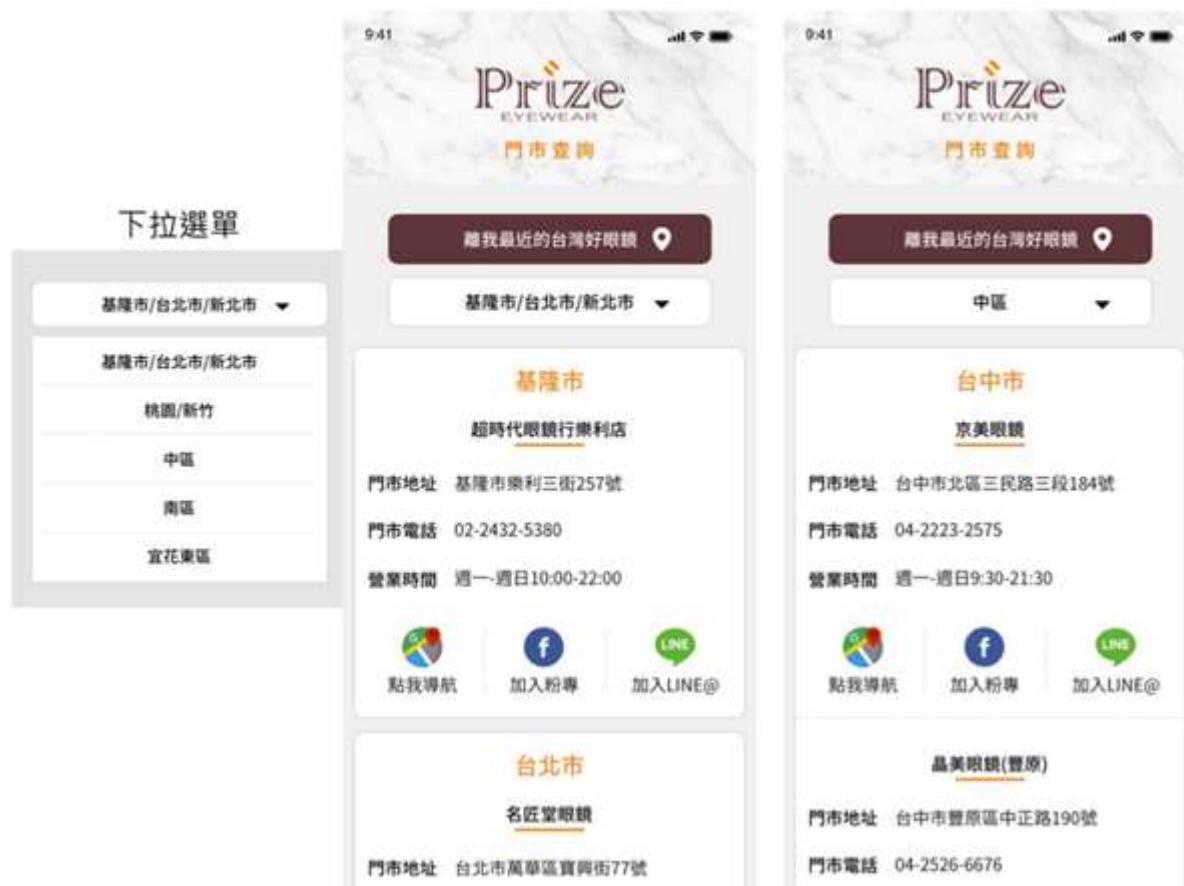
Line應用服務與功能模組設計

適用對象	功能模組說明
消費者	我的店家：可瀏覽上次消費店家以及最近店家資訊。
	我的配鏡：可自行瀏覽過往驗光資料、配鏡產品。如：有綁定的訂單查詢記錄
	我的商城：prize線上商城。
	我的帳號：無(收集不到消費者資料)
眼鏡店	訂單查詢通知功能：店家可通知製作眼鏡進度
	Coupon核銷功能：利用Line發送折價卷、優惠卷
鏡片商	訂單查詢通知功能：收單通知
	門市管理功能：送件通知
	系統管理功能：查詢所有資訊

Line功能模組-門市查詢

消費者可依手機定位位置，尋找就近的門市。

1. 門市查詢



點我導航——手機開啟Google map APP
加入粉專——加入該門市的FB粉絲專頁。
加入LINE@——加入該門市的LINE@。

Line 數位客服應用設計

訂單查詢：輸入訂單編號

***安全機制設計:若當日同個IP輸入超過3次的訂單編號，顯示提醒文字，超過24小時才可再次查詢。(避免濫用訂單查詢功能)

2. 訂單查詢 (尚未綁定)
輸入訂單編號

若當日同個IP輸入超過三次的
訂單編號，顯示提醒文字，
超過24小時才可再次查詢

3. 若訂單編號輸入錯誤，顯示
錯誤頁面，可再重新輸入

5. 查看該筆訂單的狀態



Line 數位客服應用設計

訂單查詢 (已綁定訂單編號)

2. 訂單查詢 (已綁定)

- 解除綁定訂單——可解除綁定該筆訂單
- 查看訂單——查看訂單狀態
- 查詢訂單——查詢新的訂單，並顯示在列表中

9:41

Prize EYEWEAR
訂單查詢

您的訂單紀錄

訂單編號：27023672
2022-05-10 08:52
超時代眼鏡行樂利店-基隆市樂利三街257號

解除綁定此訂單 查看訂單

訂單編號：27023672
2022-05-10 08:52
超時代眼鏡行樂利店-基隆市樂利三街257號

解除綁定此訂單 查看訂單

查詢訂單編號

ex. 27023671 共6碼

下一步

9:41

Prize EYEWEAR
訂單查詢

您的訂單紀錄

解除綁定此訂單 ×

解除訂單後，此筆訂單編號資料
將不會出現於您的訂單紀錄。

確認

超時代眼鏡行樂利店-基隆市樂利三街257號

解除綁定此訂單 查看訂單

查詢訂單編號

ex. 27023671 共6碼

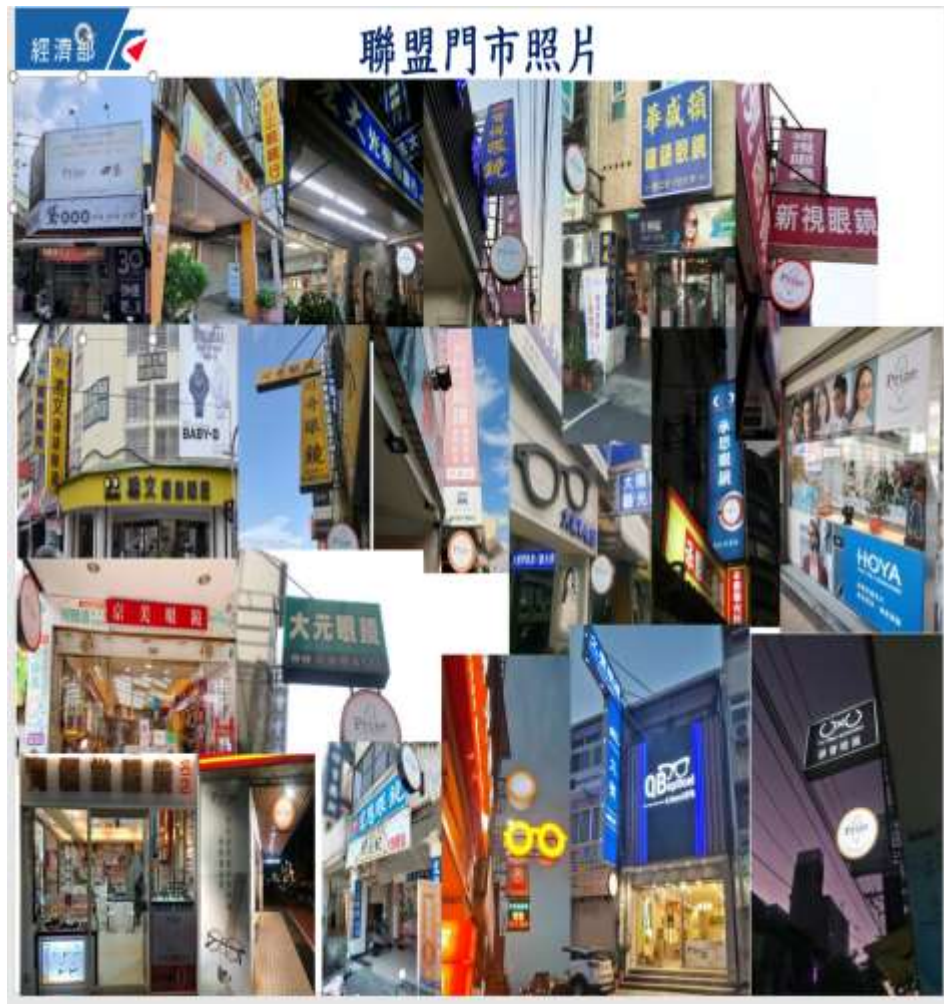
下一步



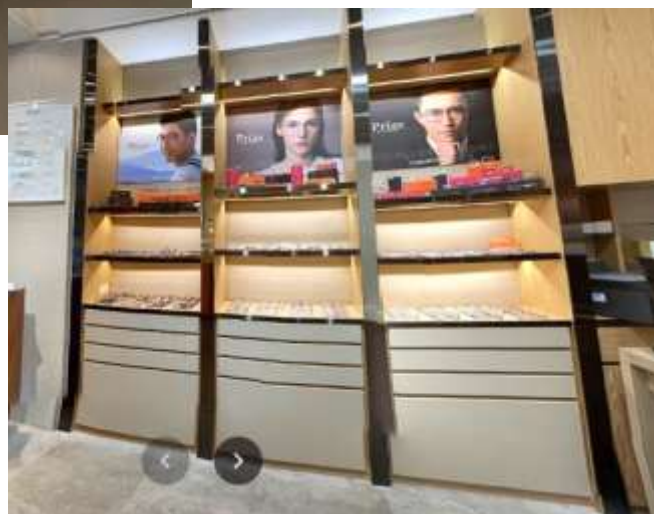
台灣好眼鏡聯盟伙伴合作門市

010眼鏡	久丹奴桃園三民分公司	大視界眼鏡	安心眼鏡	承恩眼鏡
一鏡	久丹奴桃園大園分公司	川奇眼鏡	沈太眼鏡	明和
主簿	久丹奴分公司	竹山聖雪眼鏡	明亮眼鏡	
久丹奴	久丹奴分公司	均典	明華	
久丹奴(桃園龍潭分公司)	久丹奴分公司	宏太眼鏡	明曦	
久丹奴中壢分公司	久丹奴分公司	宏恩眼鏡(大甲)	直通車埔心永美分公司	
久丹奴平六中山分公司	久丹奴分公司	宏基	直通車桃園中正分公司	
久丹奴台中美村分公司	久寶眼鏡	立康	京美眼鏡	直通車楊梅大成分公司
久丹奴育才街營業所	大元	共計 100 家	和亮(中和)	金視登
久丹奴虎尾中正	大祥眼鏡	萬創堂	南宮	吉富

100間伙伴店達成



安心眼鏡安和店裝修照片



服務應用導入教育訓練

教學現場



教育訓練手冊



服務應用導入教育訓練 (門市實務照片)



通路推廣策略

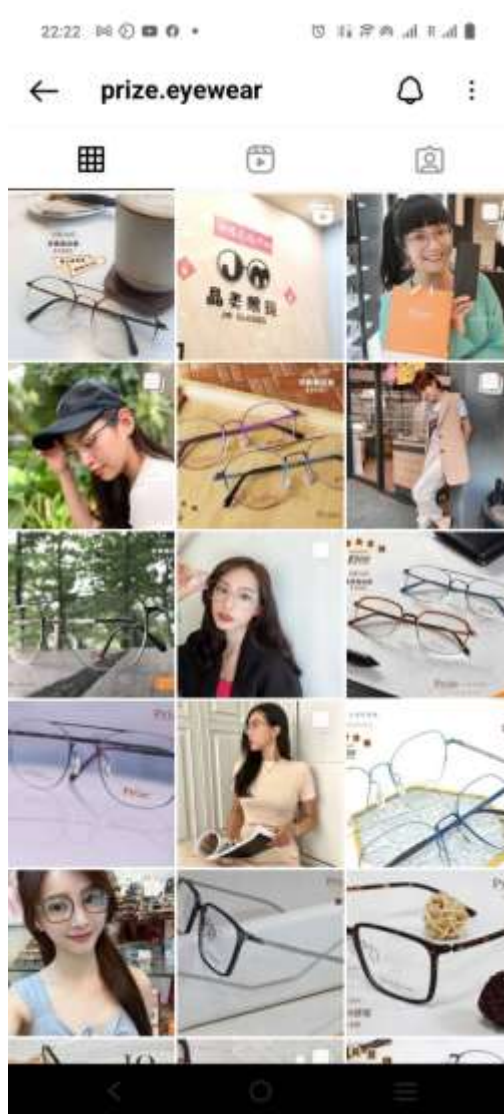
除了藉由社群媒體及行銷廣告推播，持續累積品牌口碑與網路聲量，提高曝光率，帶動高營收。也運用導入Line數位行銷服務提高顧客滿意度及更好的消費者體驗

造口碑
博聲量!!





LINE@



IG



台灣好眼鏡 FB

流通智慧服務商業活動推廣

4月~11月推廣數十則，推廣頻率高有效提高聯盟配鏡數量





流通智慧服務 商業成果驗證

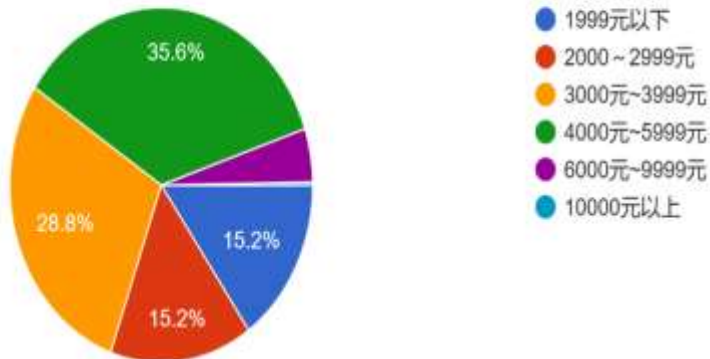
消費者問卷回饋



顧客回饋(售後問卷)

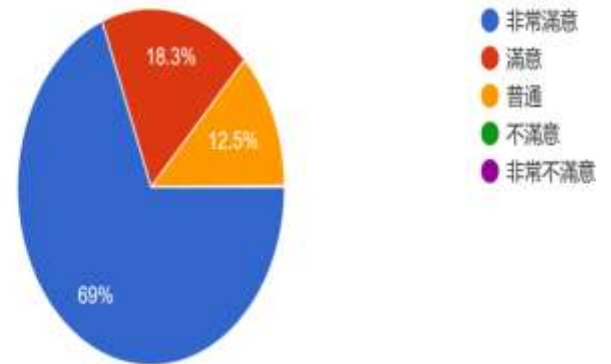
一、請問本次的配鏡金額

6,465 則回應



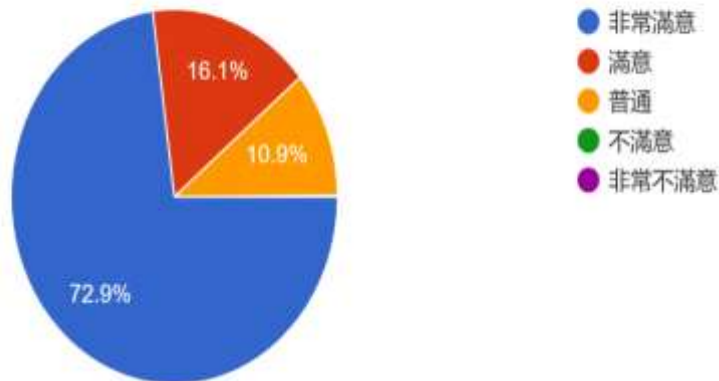
二、我認為「融像量測」後的配鏡體驗，在配戴上顯著提昇視覺舒適度

6,465 則回應



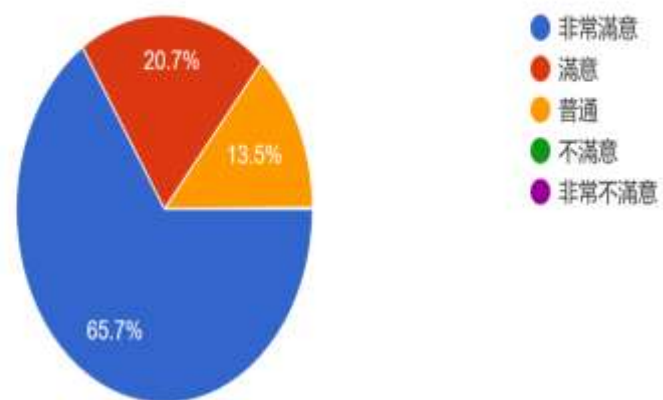
三、我認為配眼鏡搭配「融像量測」是必要的。

6,465 則回應



四、我對於「融像量測」整體服務流程感到滿意

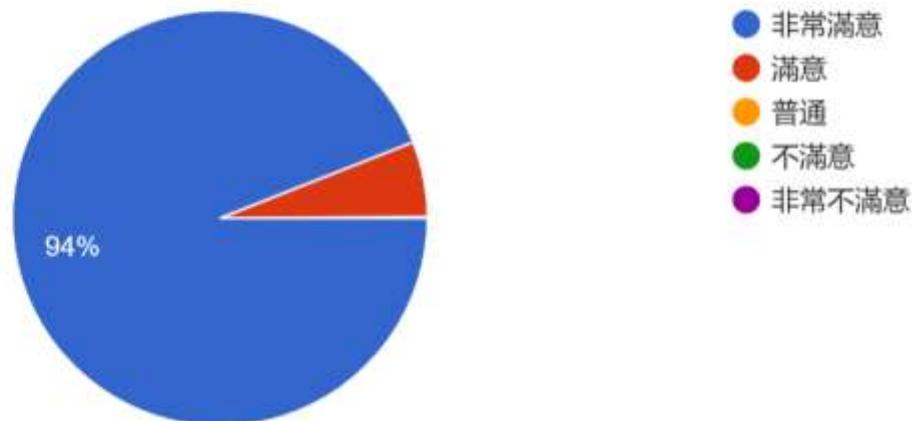
6,465 則回應



顧客回饋(售後問卷)

五、這次配眼鏡滿意度

6,465 則回應



六、您這次消費是透過什麼管道得知?

6,457 則回應



關鍵績效指標執行成效

關鍵績效指標	輔導前	輔導後
服務導入據點數	40 家	100 家
服務使用人次要	2,800人次	(超越達成目標)16,970人次
服務帶動消費金額	8,800,000 元	(超越達成目標)100,000,000元↑
計畫推動增加營收額	—	較去年成長15%↑
跨通路導購轉換率	—	(超越達成目標) 11.98%
精準行銷轉換率	—	(超越達成目標) 15.2%
顧客滿意度	—	(超越達成目標)94%
帶動投資金額	21,000,000元	(超越達成目標) 7%
創造就業人數	男 1人 女 1人	男2人
節能減碳	5,600公斤	(超越達成目標)200%

質化執行成效

效益項目	輔導後	達成進度
改善獨立眼鏡行之營運體質	透過台灣好眼鏡的聯盟模式，可結合整體合作店家的營運規模與銷售能量，藉此改善進貨流程、強化議價能力。使參與業者的進供貨與管理成本下降，改善其營運體質。	目前已簽合作意向書門市已達到100家，已將規畫好「台灣好眼鏡」共同商品與店家溝通，並部份完成鋪貨，成本也低於自行採購，獲得好評。
打造國內眼鏡業者之差異化市場定位	本計畫將結合科學化的智慧驗光配鏡、跨店售後維修、可攜式眼部數據等創新服務，打造差異化市場定位，並輔以店中櫃銷售模式，改善眼鏡行進貨來源不一、品質不佳的問題。同時我們也經由品牌整合行銷與LINE廣告訊息分群推播，提升行銷宣傳效果、增加潛在客群與消費黏著度，進而打造具國際競爭力的MIT眼鏡零售品牌！	目前新的 融像技術與LINE廣告集客推播 讓目前非聯鎖店產生一個聯盟，在市場集結一個共同的可行銷的聲音，店家也願意自行額外投入行銷資源，打造全新定位。

經濟效益

效益項目	輔導後	達成進度
1.對產業產生之貢獻	(1)產品創新服務升級，打造MIT優質視鏡產業，並培養我國眼鏡產業的高口碑市場價值！以獲得足與海外品牌競爭的穩健實力，進而進軍國際市場！ (2)重建傳統眼鏡行價值，並建立全新商模，引流新客維繫舊客，帶動獨立眼鏡行行銷力道，擴大銷售利基。 (3)透過聯盟整合銷售策略，提升中小型眼鏡零售業者之議價能力，並促進行銷效益、降低進貨成本。	(1) 聯盟產生讓MIT廠商更有信心，未來更有力道推向國際市場。 (2)提升台灣眼鏡產業的競爭力
2.對消費大眾產生之貢獻	(1)依消費者用眼習慣、眼睛狀況、眼距等數據配製適性化、客製化的專屬眼鏡，提升配戴舒適感及清晰度。 (2)推動跨通路整合，多門市服務，使消費者可一店購入全台多個站點服務維修，提供其便利消費新選擇！ (3)眼鏡、鏡框產品由專業團隊產製，且設計新潮舒適。產品選擇多品質佳，眼鏡選購有保障！	(1)持續提升消費者服務體驗、跨門市店家與消費者互動綜效，形成正向回饋循環，讓台灣眼鏡消費環境升級。 (2)增加消費者對自己眼睛條件的理解。 (3)提升消費者視覺感受。

經濟效益

效益項目	輔導後	達成進度
3.對社會環境產生之影響	(1)提升國內視光服務的精準度與專業性，使民眾在選購、配戴眼鏡時能最大化減少配鏡誤差帶來的眼睛病變、視力退化風險，藉此促進國人的視力保健。 (2)減少因售後維修服務或者產品品質不佳產生之消費糾紛，並提升我國零售服務業的專業形象與競爭軟實力。 (3)藉由全新融像量測儀器與聯盟銷售模式的導入，促進消費者在眼鏡用品購置、維修調整上之意願。進而帶動視光產業的經濟發展與商業價值。	(1)持續藉由帶動國內視光專業服務升級體驗，強化消費者信賴與信心，憑藉技術專業加持活絡產業及提升產業價值。 (2)提高大眾對自身視覺保養重視與要求。 (3)增加國人對MIT設計與製造眼鏡的好感。
4.對商業科技發展之影響	(1)打造科學化分析專利融像儀，提升配鏡精準度，最小化量測誤差。 (2)建立消費者之可攜式眼部雲端數據庫，使國內視光產業可依據消費者自行提供之用眼需求、眼距、焦距、眼鏡配戴狀況，改進其產品研發設計與製程。 (3)利用獨家開發之LINE@系統輔助單店行銷使數位行銷工具的使用更加商務化與實用化並強化國內傳統鏡行的廣告投放效益。	目前藉由導入視光科學化分析與數據科學，使消費者降低配鏡的失誤，有效提升了視覺矯正的服務體驗與品質，並且導入Line@的數位化行銷技術加速視光產業的數位化轉型發展。

驗收地點

Prize台灣好眼鏡安和門市
台北市安和路一段98號



(一)新客戶:未曾在台灣好眼鏡聯盟鏡



(二)舊客:已在台灣好眼鏡聯盟鏡配過鏡，需要調整眼鏡、舊度數重配鏡或重新量測度數重配。

1.服務說明

【店中櫃聯合式行銷】、【跨店聯盟售後服務】

- 說明台灣好眼鏡聯盟特色、服務流程與售後服務

2.查詢過去訂單資料

【跨店聯盟售後服務】

- 消費者於Line@中自主查詢訂單資訊、自己驗光資料、i-position、眼鏡資訊

3.詢問來店目的

【跨店聯盟售後服務】

- 詢問來店的目的：

(1)調整眼鏡鏡框：

(2)若消費者要求直接重配鏡需求：由系統查詢過去眼鏡、驗光、i-position、挑鏡重製

(3)若消費者要求重新量測度數：即為「新客」來店流程。

4.協助調整

【跨店聯盟售後服務】

- 驗光師依來店目的、消費者眼部條件、眼鏡條件提出建議

- 詢問消費者對建議是否採納。若是，完成採納項目。若否，詢問原因與調整。

5.滿意度調查

- 詢問此次來店的滿意度

消費情境

消費中

- 門市端
- 手機端
- 鏡片商端



消費情境

消費後



肆、計畫執行遭遇之困難與處理

計畫執行遭遇之困難與處理

類別	困難描述	解決方案
計畫執行面	1.提升伙伴店家配合度	・簡化操作過程 ・協助店家排除問題 ・提供教育訓練資源，如辦理教育訓練、分享app使用教學手冊等 ・依銷售績效分配行銷資源
	2. 疫情造成使用人次受限	・提供預約、分流的方式，降低感染風險、提高服務品質與使用滿意度 ・提供商城可先預選鏡框，於實體眼鏡行驗光與取件。
系統發展與導入	1.系統使用壓力承載測試	・模擬使用人流，測試系統承載
	2.資料安全控管	・以非識別化的資料為間接的主KEY，資料分權分流儲放。
	3.融像儀長期使用後產生的公差	・軟體與硬體的校正 ・記錄公差發生的時間與使用量可成誤差模型，供後續維修單位提早規畫校正時程。

計畫執行遭遇之困難與處理

類別	困難描述	解決方案
商業模式營運	1. 帶動消費金額提升	舉辦體驗活動與增列眼鏡週邊商品
	2. 使用人次提升	舉辦體驗活動與宣傳
未來可能遭遇之困難	1. 疫情造成店家來客數下降，進行店內智慧行銷工具的實測受限。	提供線上、下線的推薦方法。
	2. 疫情造成缺料、缺件問題	· 提供有生產材料的眼鏡品項。 · 眼框、鏡片生產規畫提前開始
	3. 疫情發展影響推廣速度	採用線上教學或代替實體方法

伍、結語

結案影片

影片時間約5分鐘





簡報完畢