



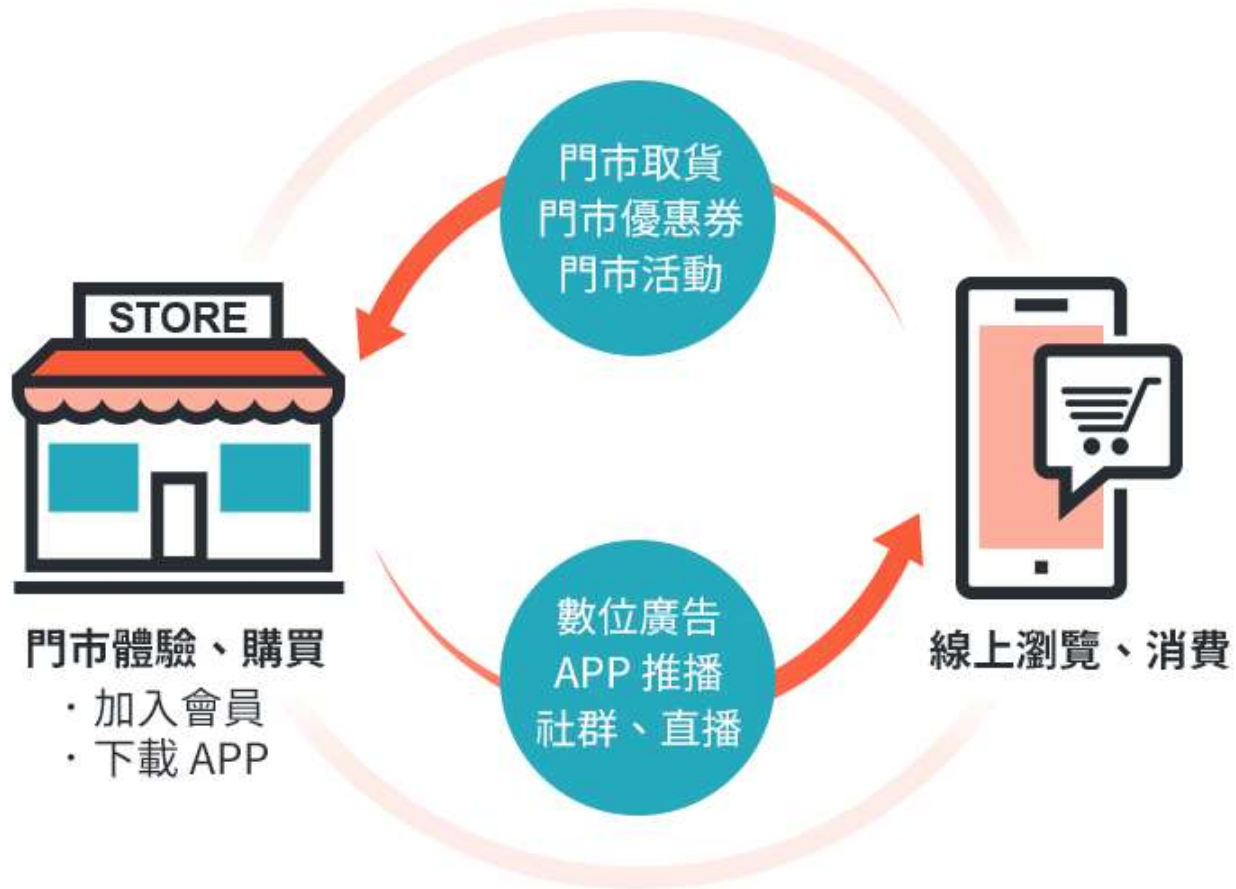
要實虛整合， 通路該如何規劃？

代言人？ 或是
讓每個角色都有雲端分身？

實體通路從 O2O 到 OMO

(Offline-to-Online , 線下到線上)

(Online-Merge-Offline , 線上與線下融合)



OMO還有其他的選擇

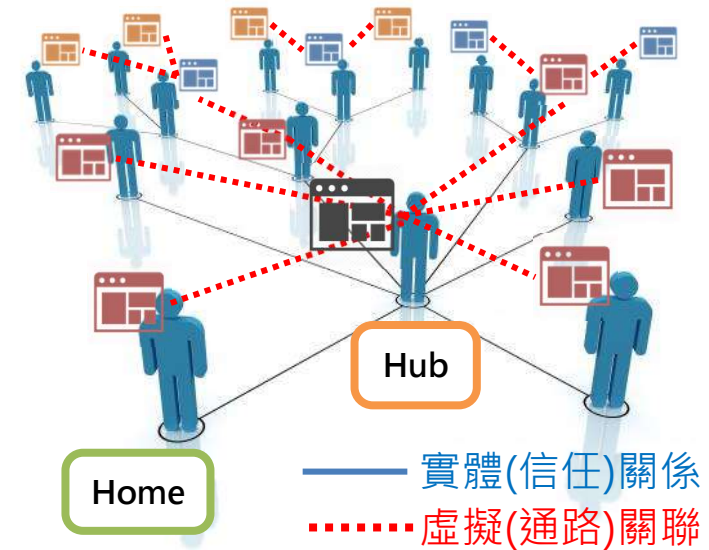
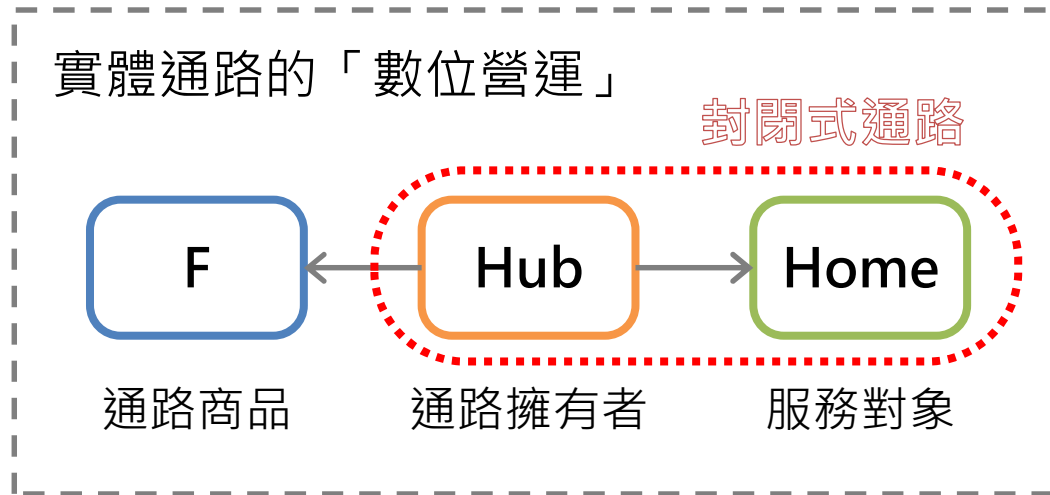


線上線下交互合作運行才是這時代的商業趨勢。
DAF採用HTML5即是可以廣泛運用在任何載具上，
無論是手機、筆電、電腦、智能家電...皆能相容運作！



要跨不同載具、平台系統，最簡單經濟的方式
就是採用H5程式技術的「網站模式平台」

FHH營運模式(理論基礎) ~ 封閉式通路 (閉環)



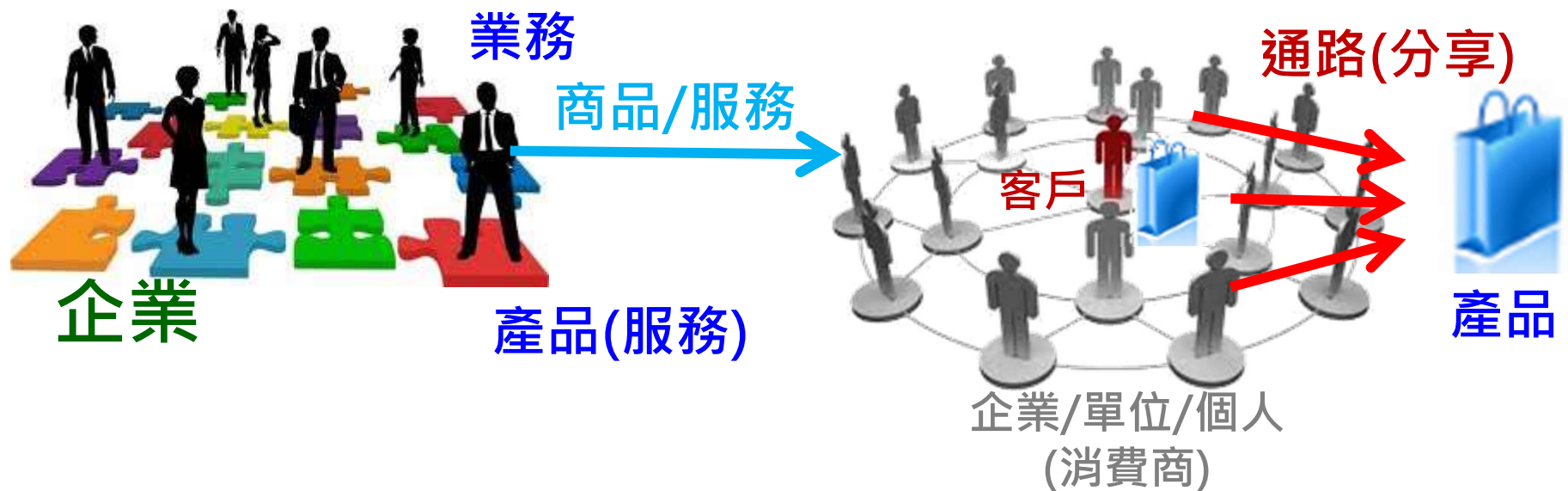
FHH營運模式 ~

【F】 (Farm, Factory, Firm...):
提供商品、服務的「廠商」，透過「Hub」交付商品、服務給「Home」

【Hub】 :
擁有實體社會資本 (存在信賴關係資源(人)) 的機構，例如社區、商店、公司、社團、學校、醫院、.....等等。

【Home】 :
意指最終的服務或是使用對象，若對照上述舉例，就是居民、客戶、員工、會員、學生、病患、.....等等。

讓實體的「信賴關係」轉換為封閉式通路 (閉環)



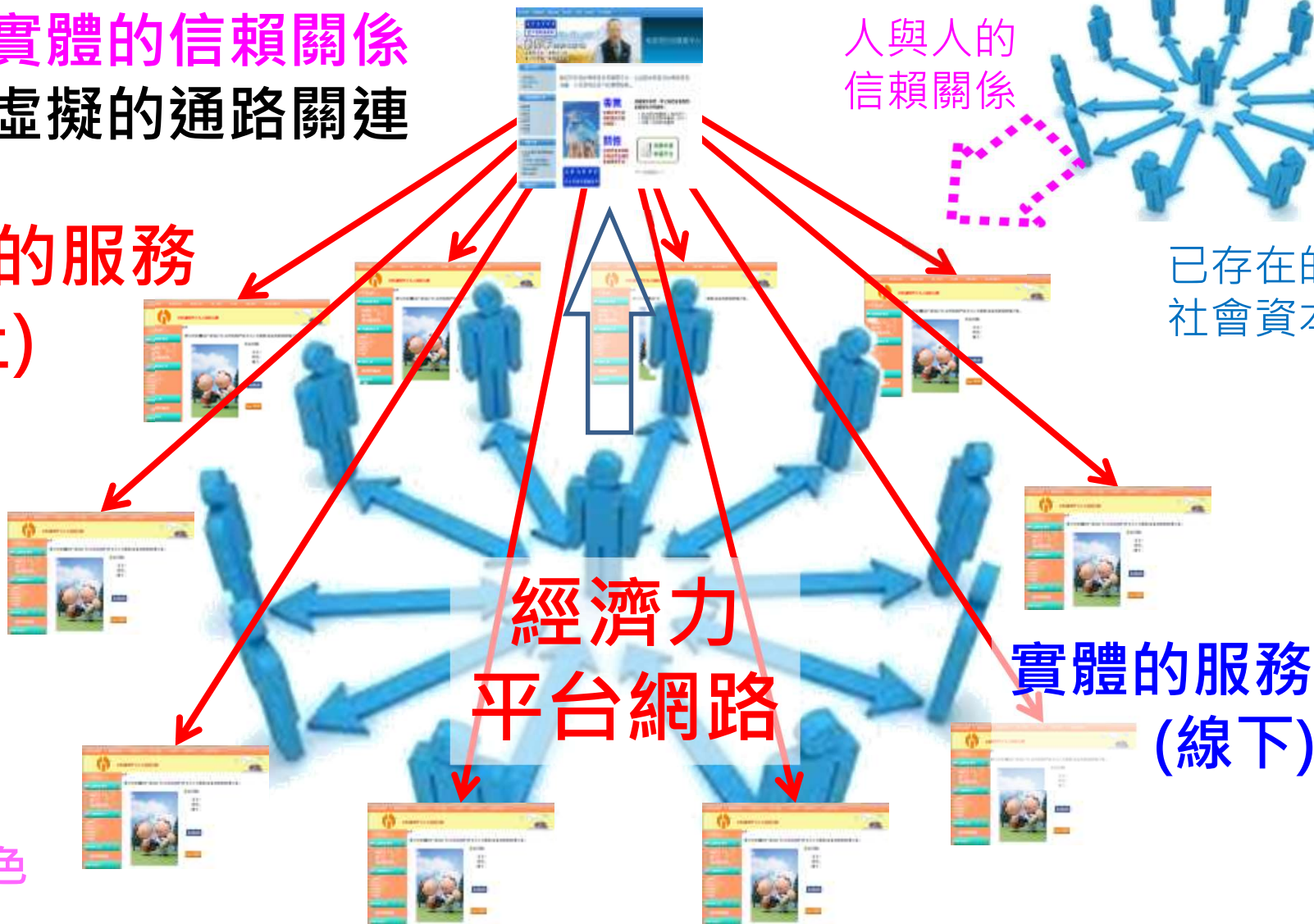
閉環 ~ 對客戶的服務，加上互聯網通路架構

透過**實體的信賴關係**
建立**虛擬的通路關連**

人與人的
信賴關係



虛擬的服務
(線上)



平台
||
網路角色

閉環也可做到分享經濟 ~ 分享 “閒置的社會資本”

Offline經濟活動



交易
期間

實體經濟活動產生 (①)
虛擬平台通路關聯 (②)

自己
網店



實體店家/廠商

②



客戶

①

服務/交易

閒置資源

客戶的閉環通路平台
對實體廠商而言，平日
就是 “閒置的社會資本”

日常建立自己
「養」的事業

Online經濟活動

自發性的
電商交易



其他時間

家中

所產生的實質收益，依互聯網DNA可追溯性技術
會回饋給廠商，屬於「被動收入」，平台通路越多
經營越久，實體通路也就建立屬於自己的 “互聯網系統”

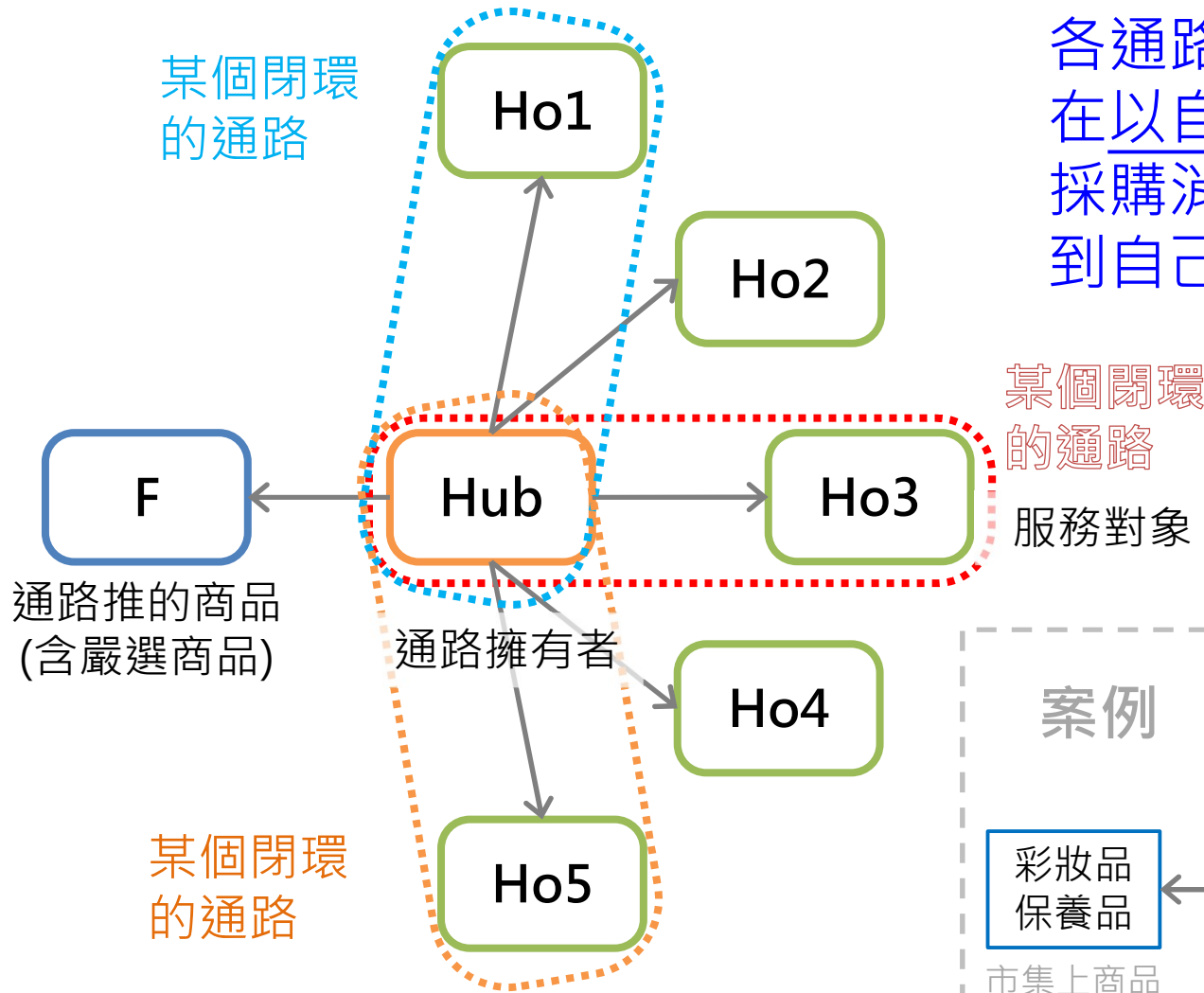
協力廠商
廣告/市調



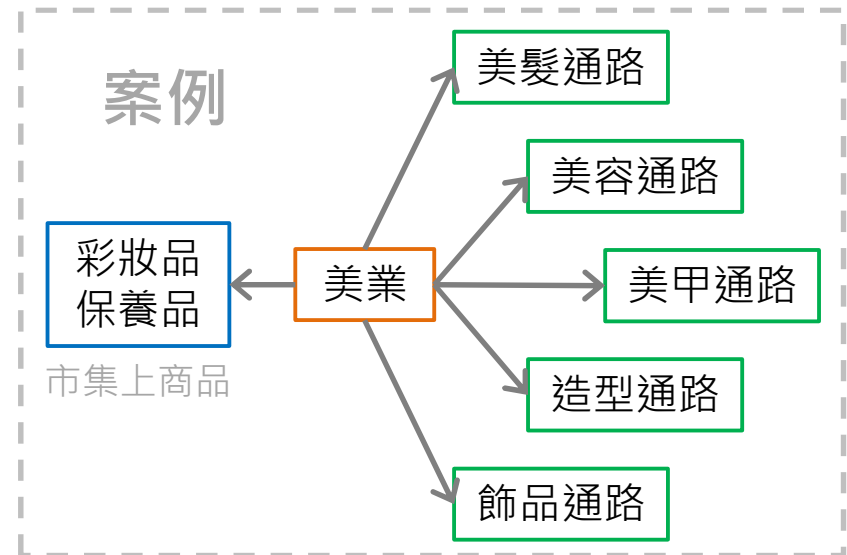
在自己專屬的平台直接向商家訂購商品



FHH可協助實體發展自己閉環



各通路經營自己的客戶，
在以自己為名的平台上
採購消費，就像讓客戶
到自己的店裡面買東西



閉環上的網店與其他電商的主要差異

廠商的商品上架到不同商業模式的電商平台

供應商，跟同業一起陳列，引陌生客



大電商平台

自己~~X~~收錢

自己的~~X~~客戶

自己~~X~~行銷

可配合自己的~~X~~實體通路

有自己的專櫃
引陌生客



百貨專櫃式電商平台

自己~~X~~收錢

自己的~~X~~客戶

自己~~X~~行銷

可配合自己的~~X~~實體通路

有自己的店鋪，作熟客、
也可引陌生客成熟客



廠商網路商店的市集

自己~~○~~收錢

自己的~~○~~客戶

自己~~○~~行銷

可配合自己的~~○~~實體通路