

# 乘浪上「雲」 小微商家數位轉型之旅系列四

## 搭上最夯網紅行銷 程捷科技讓文創品牌被看見

(檸檬樹科技股份有限公司「店家行銷網紅平臺」後臺示意圖)

網紅名稱	粉絲	Facebook	Instagram	預估貼文價格	預估單次互動價格	預估媒體價值	狀態	站內信	按鈕
網紅A	0.6萬	互動0.6%	-	-	-	-	尚未回覆	📧	開啟 拒絕
網紅B	0.6萬	互動4.1%	-	NT\$1454	NT\$6	x2.0	尚未回覆	📧	開啟 拒絕
網紅C	1.0萬	互動0.8%	2.7萬	NT\$5749	NT\$13	x1.4	尚未回覆	📧	開啟 拒絕
網紅D	0.9萬	互動0.1%	5.1萬	NT\$142	NT\$20	x0.9	尚未回覆	📧	開啟 拒絕
網紅E	2.2萬	互動1.6%	-	NT\$117	NT\$13	x1.3	尚未回覆	📧	開啟 拒絕
網紅F	0.5萬	互動5.1%	0.3萬	-	-	-	尚未回覆	📧	開啟 拒絕
網紅G	1.1萬	互動0.5%	-	-	-	-	尚未回覆	📧	開啟 拒絕
網紅H	0.2萬	互動1.3%	-	NT\$0	NT\$0	x0.0	尚未回覆	📧	開啟 拒絕

程捷科技係由創辦人林燐洲集結一群家有學齡前孩童的朋友所創辦，以「成為孩子健康安全的智慧守護者」為理念，運用科技開發產品，維護孩子的健康快樂童年。

在一次偶然的機會，透過現有科技資源製作了第一個孩子的木作文具，發現木作商品與科技商品是可以同時使用於親子互動，因此催生「有木遊」木作文創，字義為「有木頭就能產生遊樂趣味」，希望透過木作品的溫度，帶給大朋友小朋友創意、手作體驗，更希望用創意傳達手作的精神。

「有木遊」第一個開發作品是3D的昆蟲模型，並導入相關的科普知識，透過這樣的模式，延伸開發各式各類的寓教於樂用品及療癒系商品。

### 新冠疫情 衝擊海外市場布局

就在創業之路順遂，林燐洲負責人表示，2019年原定策略是大量擴展市場，實體通路也都大致談好，沒想到卻遭遇世紀之疫—新冠肺炎衝擊，大型策展活動、市集紛紛取消，造成曝光及訂單減少，無法有效拓銷，只好重新

調整策略，轉以開發線上為主。

### 網紅哪裡找 數位平臺輕鬆助媒合

面對實體市場不通，只能主攻線上市場的程捷科技來說，由於產品剛需性較低，雖品質優異、具獨特性，但國內家長多不願意隨意花錢購買，如何與消費者溝通，認識有木遊品牌產品的好處，讓林燐洲著實傷透腦筋，在人力與預算都有限的情況下，林燐洲希望透過數位工具，協助品牌在國內推廣。

因此，林燐洲由數位發展部數位產業署所推動的《臺灣雲市集》中，選購檸檬樹科技「店家行銷網紅平臺」，這是專門針對有行銷困擾的中小微型企業，提供時下正夯的網紅導購和導店服務數位工具，平臺提供發案媒合功能，企業主只要將需求發佈平臺，就能讓眾多的網紅看到，主動接案，或是也可參考網紅過去的合作情況，主動發案洽談，省去原本可能需要在茫茫網路上一一接觸網紅洽談的時間成本，現在只要透過數位平臺，就能遠端溝通完成簽約，避免不必要的見面，在當時國人高度防疫期間，確實協助企業主解決行銷問題，提升工作效能。

在實際使用「店家行銷網紅平臺」半年，林燐洲發現，透過網紅推廣行銷，不僅增加品牌曝光度，也讓消費者認識到產品的優勢與功能，預估營收提升約2成，更重要的，還吸引到大品牌看中公司的研發能量，洽談客製化產品及體驗課程，為公司新增產品營業項目，如陶瓷、帆布包、酒瓶等。

《臺灣雲市集》提供多樣雲端解決方案，把使用雲端服務的門檻降到最低，協助不同階段企業踏出數位轉型的第一步，為企業賦能，持續開拓市場新機會。