

數位旅遊體驗

趣吧旅行打造數位旅遊產業生態

動機與挑戰

- 啟動客戶服務體驗優化，提升供應商、消費者使用體驗

旅遊體驗行程銷售平台「Tripbaa 趣吧」如圖 1，以亞洲消費者為客群，以「在地體驗，戶外探索」發掘台灣旅遊特色，提供帆船、獨木舟、SUP 立槳、登山、露營、攀樹等豐富特色戶外遊程，並由在地達人帶領消費者進行戶外深度體驗，目前平台上有超過 250 家店家、教練、解說員與導遊提供深度體驗服務。



▲ 圖 1 透過輔導優化，打造趣吧成為戶外體驗第一平台

資料來源：趣吧提供，2021 年

為提供中小企業、消費者更好的服務體驗，趣吧提出目前優先希望解決的問題：(1) 線上平台不敷使用，成團資訊多以電話或傳真通知，不易即時系統化掌握成團狀態，且容易漏接訂單；(2) 企業客戶希望介接多通路平台提升客流；(3) 消費者端缺乏彈性的旅遊產品（如包車、住宿）選擇，僅有套裝行程。

策略與方向

● 透過優化流程、介接新通路及提供彈性化服務組合，打造數位旅遊供應生態

為進行客戶體驗優化，趣吧提出供應鏈平台整合規劃，從店家、通路、消費者三大方向進行革新。透過資策會的輔導，針對現有的平台、通路、消費者使用介面進行體驗優化，讓店家透過系統掌握訂單狀態，並介接不同通路平台提高通路廣度，並新增一站購足服務，使消費者 DIY 組裝行程更便利。在店家端提供即時管理後台，提供接團/出團/成團等管理功能，店家可隨時到系統後台查詢狀態。在通路端，以 API 介接多元通路 (SHOPBACK、樂天的樂分紅)，擴增銷售通路，店家可在趣吧平台上架並可在多通路進行曝光，提升通路管理效益。在消費者端，調整系統架構提供拼團、包團、自選加價 (包車、票券、住宿) 等服務，讓消費者可彈性選擇服務項目、自組旅程。除此之外，並提供店家銷售數據，協助與其他店家整合，設計及規劃主題性遊程，塑造體驗式活動特性，吸引消費者選購。如圖 2 所示。



▲ 圖 2 趣吧數位旅遊供應鏈整合服務模式

資料來源：資策會，2021 年

成效與價值創造

- **為體驗旅遊店家數位加值並帶來組合式旅遊新商機**

趣吧以提供完整體驗式旅遊行程供應鏈的解決方案為主，讓整合體驗式旅遊行程供應商、策略聯盟業者以及其他旅行同業，能夠深入且密切的合作，以提供給消費者最完善的體驗式旅遊行程，滿足消費者在地體驗戶外探索的需求。

未來會把所建置的服務，用以整合更多的產業內之業者，使體驗式旅遊產業之生態系更為完整，讓上下游的業者以及消費者均能受益。並且持續強化系統功能，包含提升網站的使用者體驗，產品類型更多樣化，提供合作業者更多的數據分析資料，讓業者可以瞭解消費者之需求，以設計出滿足消費者需要的體驗式遊程，發展體驗旅遊產業合作互助之供應鏈整合的生態系統。

成功關鍵

- **優化供應商接單流程，提供消費者彈性旅遊組合服務，提升平台加值服務新商機**