

想知道更多資訊
請前往全華
大專資源網



新聞出處：經濟日報、T 客邦

需方推出全新電商平台「蕾舒翠 PLUS」 搶攻社交商機

需方國際自 2002 年成立以來穩占臺灣百貨專櫃美妝龍頭，近年更致力於創新與跨界發展，2020 年 4 月，集團首次跨足電商領域，推出全台首個社交電商平台「蕾舒翠 PLUS」，透過線上、線下虛實整合，提供消費者更加完善的消費體驗，進攻亞太地區電商市場。

全新電商平台防疫期登場，實現小資 0 元創業夢

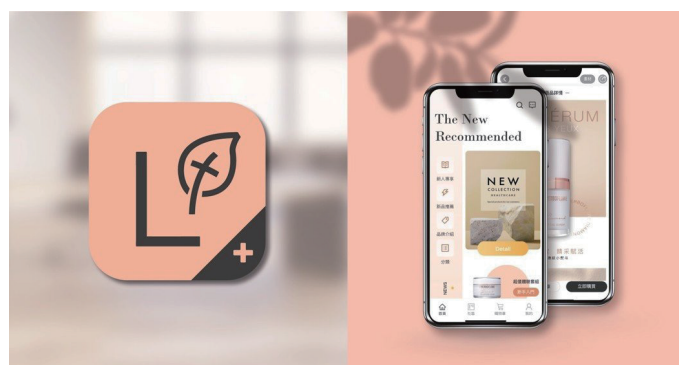
2020 年為電商快速崛起的一年，根據尼爾森所公佈之研究報告指出，快速消費品的線上銷售成長速度為線下 4 倍，亞太地區已有高達 43% 消費者開始使用電子商務下訂產品，將會是未來 5 年最大成長機會。2020 年初，隨著新型冠狀病毒疫情爆發，零售業在線下通路的銷售大受衝擊，如何透過虛實整合拓展商機，將危機變轉機，更成關注焦點。

全省設立逾 70 個百貨專櫃與品牌門店，屹立臺灣專櫃美妝龍頭 19 年的需方國際，面對市場動態早已洞察先機，推出的全新社交電商平台—「蕾舒翠 PLUS」顛覆傳統行銷手法，將過去線下實體通路的成功經驗，結合重視互動的社群經濟，推出「小資 0 元創業」全新社交電商商模，搶攻亞太地區市場。

多元分銷、社交生活、玩美變現，打造全方位消費體驗

需方國際董事長呂慶盛表示，「蕾舒翠 PLUS」以「多元分銷、社交生活、玩美變現」為核心，結合線下通路的成功經驗，並配合線上分享與口碑推薦的社群特性，提供消費者更加完善的消費體驗。除原有美妝保養產品線外，需方國際也推出保健營養品全系列產品來滿足消費者全方位的購物需求。

「蕾舒翠 PLUS」不僅是作為產品銷售以社群經濟概念出發，鎖定 KOC (Key Opinion Customer) 經濟，以消費者體驗與社群為出發點，瞄準高度重視口碑與連結的會員經濟時代，透過打造獨家社群來鏈結人與人之間的關係形成平台生態圈，將產品導入社交生活，打破傳統網紅經濟中 KOL (Key Opinion Leader) 與受眾的距離感；此外，不必負擔實體店鋪租金、囤貨成本，加上獨創的線上回饋機制，讓小資族可以 0 元創業。



此外，內建的「商學院系統」更具有簡明易懂的圖文教學，定期分享社交電商經營的秘訣，鼓勵會員透過「學習」和「創新」掌握電商成功之道，將經營生活作為創業的核心策略，透過推薦朋友加入或購買即可獲得多種消費回饋。需方國際希望未來透過「蕾舒翠 PLUS」平台，能幫助更多有志創業者開創事業，下一步也將規劃集團全面進攻亞太地區，持續開創零售新可能。