

投稿類別：商業類

篇名：
「全家」和「7-11」
- App比較評比

作者：
陳以庭。國立北斗家商。資料處理科三年1班
黃綵翎。國立北斗家商。資料處理科三年1班

指導老師：
江岳臻老師

壹、前言

一、研究動機

近年來經濟起飛與科技的進步，人人開始擁有手機，開始跟著時代在改變與時俱進，發明出許多方便的App，「**在這股全球掀起的App熱潮中，如何吸引消費者的目光、佔領用戶的手機桌面，促進和幫助企業實現精準行銷**」。（譚賢，2017年05月26日）。讓人們的生活更加便利，不僅僅有遊戲、美食App…企業行號也紛紛推出便利的App，明確的陳列出各式的功能，讓消費者更方便的選擇自己的需求。這麼多的App陳列推出，需要跟隨著時代前進逐一比較，最後留下來的才是真正的霸主。

二、研究目的

(一)全家與7-11App簡介

(二)全家與7-11的APP功能比較

(三)全家和7-11 APP SWOT分析

貳、文獻探討

一、便利商店App簡介

(一)全家App簡介

全家便利商店是2016年最早推出行動App的超商，功能也是最完整的。不僅整合了電子發票、會員積點，甚至還能夠綁定信用卡行動支付。對於不喜歡錢包塞滿發票的消費者來說，只要簡單刷一個條碼結帳，就能輕鬆完成購物，可說十分便捷。目前用每消費1元可累積1點，點數可用於各式集點換購活動。與其他業者7-11不同的是，全家點數使用期限為1年，每年3月底結算。除此之外，不僅咖啡能夠轉送給別人，點數也可以。如果覺得自己點數累積太慢，也可以親朋好友集資湊點數換購！

(二)全家App主打

全家主要著重於「點數、紅利」，創造會員消費累點、兌換、轉贈、跨通路交換的自有會員生態，透過點數回饋的方式，成功抓住消費者想要善用點數賺取回饋的心態，帶來大量精打細算小資族的討論與曝光。

(三)全家app功能

1.點數：可查詢會員點數，兌換商品或直接折抵消費金額

「全家」和「7-11」比較-App比較評比

- 2.寄杯：兌換目前已購買的寄杯或預售商品
- 3.帳單：顯示QRcode，在FamiPort機台上掃描，就能快速查詢個人的相關帳單
- 4.錢包：可用現金或信用卡儲值，在全家直接支付消費，省去找零錢的麻煩
- 5.振興經濟券：活動欄位，如果有購買全家的振興經濟券
- 6.記帳本：自動紀錄所有透過全家App的消費，也可手動新增記帳，相當方便
- 7.包裹：一鍵查詢透過全家物流寄件或取件的相關資訊
- 8.寄件：全家店到店寄件的相關功能。

(四)7-11App簡介

7-ELEVEN便利商店是最早推出行動App的超商，早在2015年就推出其推出App，足足早了全家一年，並可以使用點數兌換商品折扣。持icash卡或App中「錢包」功能消費結帳時，就可以累積與使用點數。同樣是消費1元累積1點，每300點折抵1元消費，結帳功能所綁定的銀行，算是各家裡面最全面的。

(五)7-11App主打

7-11便利商店則著重於實用方便的「行動支付、錢包」功能，由於背後有統一集團自家的資源，在方便為發展主軸之下，整合統一集團的OPEN錢包、icash Pay、icash2.0打造出獨有的行動支付生態圈。

(六)7-11App功能

- 1.累積：查詢最新點數優惠情報、累點通路及活動
- 2.兌換：優惠商品及合作通路優惠券兌換
- 3.查詢：消費獲得的OPEN POINT點數
- 4.綁定：常用icash2.0(聯名卡)綁定，使用更便利
- 5.支付：OPEN錢包綁定信用卡支付，連結icash Pay銀行支付、儲值、轉帳
- 6.服務：ibon 售票、列印、繳費、寄件、儲值、紅利、購物及生活服務
- 7.集點：小7集點卡，集點、兌點更EASY!
- 8.發票：消費存發票，會員專屬對獎/通知領獎

叁、研究方法：

本研究主要採用的方法「資料分析」。依據蒐集的資料，整理並進行分析比較。

(一)資料分析：網路資訊，藉此了解「全家與7-11」的相關資訊及發展現況。

(圖1：研究流程圖)

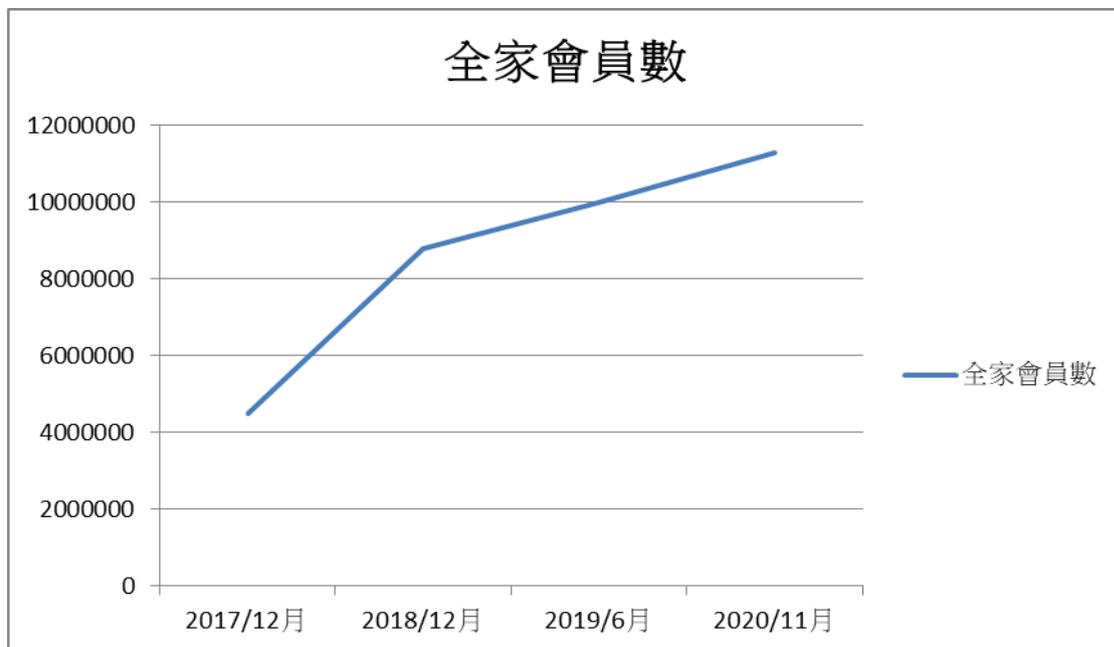


一、App比較與差異

(一)比較與差異

過去曾是貼紙集點的天下，全家卻於2016年就捨棄了，並開始推動需要綁定手機的會員app。「至2020年11月，全家的會員數已經來到1300萬人，相當於每兩個台灣人就會有一個是全家的會員！」。（黃欣培，2020年06月01日）。全家會員佔整體營收的比例已經高達4成，因為新冠肺炎（COVID-19）疫情的緣故，在2020年第一季更拉升至近5成！而在2019年6月，全家又推出了新功能「Fami錢包」，主打免綁信用卡，在超商門市預先儲值現金，就能享有像是行動支付一樣的快速付款。全家推Fami錢包的主要意圖，就是為了吸引沒有綁信用卡的會員，擴充原有的忠實會員數。「Fami錢包」推出不久後，7-ELEVEN同樣瞄準了未持有信用卡的消費者，於app內加碼導入「icash Pay」，以吸引更多忠誠會員。從兩大超商會員APP的成長足跡來看，全家相當早就推出自家行動支付功能「My FamilyPay」，統一超商的「icash Pay」足足晚了一年才推出。

(圖2：全家會員數統計圖)



(圖3：7-11會員數統計圖)

「全家」和「7-11」比較-App比較評比

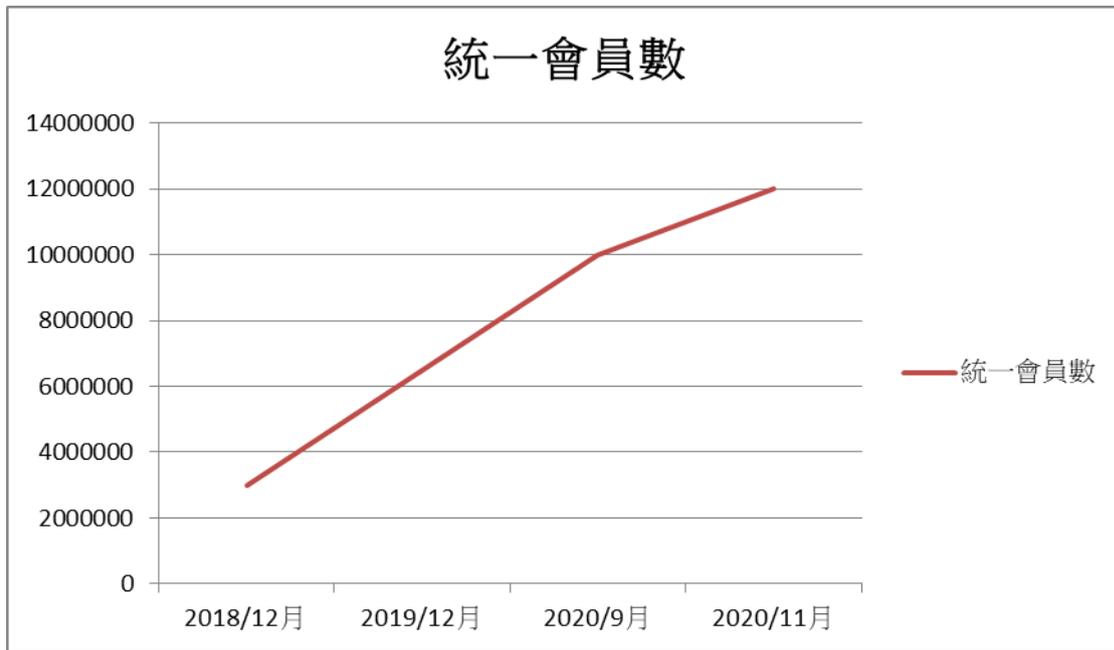


表1、全家和7-11商店App差異

	全家	7-11
會員名稱	FamilyMart會員	OPEN POINT
創辦會員時間	2016年	2015年
推出行動支付App	Fami Pay	Open錢包
行動支付推出時間	2019年	2020年
結合跨系統整合技術時間	2019年6月	2020年9月
會員數	1300萬	750萬

(二)比較與結論

雖然7-11是最早創造會員制，但是走得慢沒有和時代前進，而全家看準時機加入了符合世代的線上付款功能，主打免綁信用卡，在超商門市預先儲值現金，就能享有像是行動支付一樣的快速付款，於是把會員和線上付款結合雙管齊下，隔一年7-11也看準了這商機，也緊追在後推出了線上付款的功能。全家有推出最為關鍵的跨系統整合技術，7-11也落後超過一年，由於該功能可以整合行動支付、點數累積、寄杯跨店取等功能，改善早期消費者需要同時開啟不同APP才能實現多方服務的使用者體驗，因此可以大幅提升用戶的使用意願，會員數也快速突破千萬人。

(三)差距造成的影響

因為全家抓準了商機所以也反映在業績的成長上，雖然7-11推得早但走得慢，然而全家已經遙遙領先，也因為7-11的系統起步較慢都是事隔一年才推出，所以人數才會造成落差，雖然一直緊追在全家後面，也因此導致系統常常出現當機，或是要使用者頻繁更新，也因此引起使用者的不滿。

「全家」和「7-11」比較-App比較評比

肆、研究分析與結果

一、分析全家和7-11行銷策略

(一)全家App行銷策略

全家便利商店的 APP，整合了點數、付費、預購等功能，讓消費者在線上就可以跟全家便利商店產生互動，包含了下面三種商業模式：

- 1.會員經濟：透過會員制，可以讓會員交易更方便，消費優惠兌換更便利，雖然不需要先儲值，但看著優惠累積愈來愈多，同樣地有綁住消費者的功用。
- 2.平台經濟：透過會員的消費記錄，可以分析會員的偏好，形成一個平台資料庫，當有不同的商品推廣告行銷目的，就可以利用這個平台來做分眾行銷。
- 3.訂閱經濟：咖啡寄杯與商品預購，讓消費者覺得在購買商品中獲得優惠又可以在需要時才取用，發揮了訂閱制以客戶需求為中心的宗旨。

(二)7-11App行銷策略

7-11長年以來靠著通路數量和行銷資源的優勢，長期主導台灣便利商店的發展，在通路數絕對領先，除了積極展店外，在服務項目上也有突破，身為超商龍頭的7-11,也不斷嘗試利用網路購物與我們的生活接軌，包含了下面兩種商業模式：

- 1.綁定制：綁定icasch2.0可以在全台的門市使用，支付、折抵消費。
- 2.累積點數制：可以在平台上查詢最新點數優惠情報、累積通路。

(三)比較結論

兩者皆利用不同的方式經營，全家在近年來的作法改變，的確是比7-11要快的多，而在疫情期間，也驗證了全家便利商店這幾年來的投入轉變是正確的，但便利商店畢竟還是以實體通路銷售為主，未來若結合物流體系，變成是線上購物的提供者，那麼對便利商店來說，會更直接的轉型，只是線上購物的重點在於「價格」，因為便利商店並不是以特殊的商品為主，一旦經營電商就要面對價格競爭。雖然7-11在實體的通路數字上仍遠勝全家便利商店，7-11也不會因此坐以待斃，但通路眾多也是轉型上的一個成本負擔。

二、全家和7-11 App的SWOT分析

利用SWOT分析法，又稱優劣分析法、SWOT分析法或道斯矩陣，是一種企業競爭態勢分析方法，是市場行銷的基礎分析方法之一，透過評價自身的優勢（Strengths）、劣勢（Weaknesses）、機會（Opportunities）和威脅（Threats）。

「全家」和「7-11」比較-App比較評比

表三、全家App SWOT分析

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
S1.2016年推出綁定手機的會員App。 S2.看準商機在2019加入Fami Pay，將會員和線上付款結合。 S3.比7-11提早一年推出最為關鍵的跨系統整合技術，整合行動支付、點數累積、寄杯跨店取等功能，因應消費者的需求。	W1.晚了7-11推出會員制，早在2015年7-11就推出，而全家是到2016年才推出。
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
O1.COVID-19的影響下，大家更注重宅經濟，所以在2020第一季會員數拉近五成。	T1.雖然全家看準商機把會員與跨系統整合，但7-11隔年也看準商機，緊追在後。

表四、7-11App SWOT分析

優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
S1.2015年推出綁定手機的會員App，整整提早了全家一年。	W1.icashPay晚了一年2020才推出，跨系統整合技術，也落後超過一年。
機會(Opportunity)	威脅(Threat)
O1.7-11同樣瞄準了商機，於app內加碼導入「icash Pay」，以吸引更多忠誠會員。	T1.7-11雖然會員制推得早但走慢，並沒有在陳列推新，然而全家已經遙遙領先，也因為7-11的系統起步較慢，所以也反映在業績的成長上。

三、App功能比較

便利商店的App因應世代的需求引申出不同功能的App，不同的功能有不同的需求

表五、兩種全家App功能比較

	全家便利商店	My FamiPort
功能	店到店寄件Family Pay會員點數 隨買跨店寄杯服務 線上繳費 店到店寄件 最新優惠通知 點數卡儲值 售票 咖啡外送 全家行動購 智能客服 錢包立即儲 錢包轉贈 信用卡、錢包交易 智能筆記本 電子發票綁定集點 財政部手機條碼設定 電子發票明細	錢包立即儲 錢包轉贈 信用卡、錢包交易 智能筆記本 財政部手機條碼設定 電子發票明細 智能客服 口罩領取 雲端列印 好賣+ 潔一家 郵局便利包店寄宅 友善時光地圖 取貨付款匯款查詢

「全家」和「7-11」比較-App比較評比

	酷碰券	
功能差異	口罩領取 雲端列印 好賣+ 潔一家 郵局便利包店寄宅 友善時光地圖 取貨付款匯款查詢	

全家App頁面比較

圖4：My FamiPortApp頁面



圖5：全家便利商店App頁面



表六、三種7-11App功能比較

	7-11Openpoint	Open point錢包	I Cash Pay
功能	每次消費給0.33%的回饋，累積到一定點數，一點折抵一元 行動隨時取可以趁優惠時買下，再慢慢使用掉，無使用期限 Ibon售票、列印、繳費 紅利好康 口罩領取 統一發票中獎查詢 OPEN POINT會員點數 行動錢包 點數卡儲值 繳費	綁定信用卡 行動條碼支付 點數直接折抵	三倍券綁定 行動條碼支付

「全家」和「7-11」比較-App比較評比

	售票 美食外送 i預購 列印 寄件 賣貨便 最新優惠通知		
功能差異	三者功能皆有	Openpoint裡的錢包支付 功能獨立出來的信用卡 支付	Openpoint裡的錢包支付 功能獨立出來的電子支 付

表七、7-11App頁面比較

7-11App頁面比較		
<p>圖6：Openpoint App頁面</p> 	<p>圖7：Open point錢包App頁面</p> 	<p>圖8：I Cash PayApp頁面</p> 

功能：

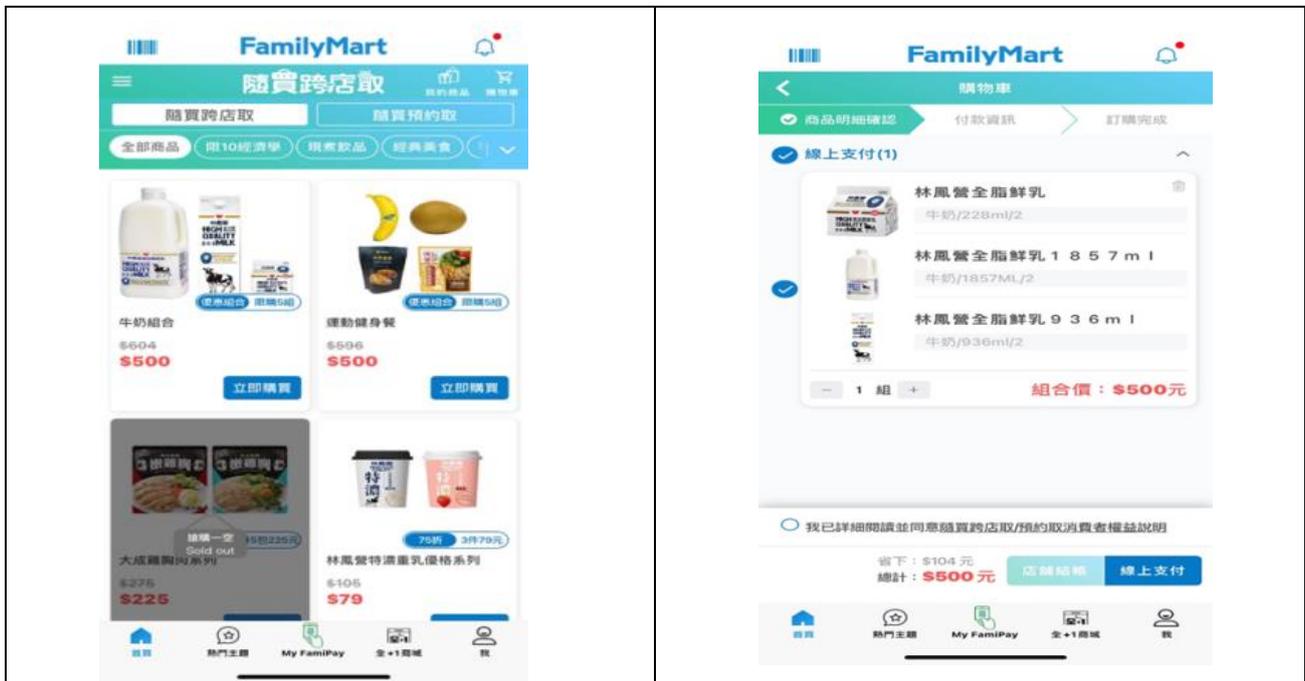
(一)全家 跨店隨時取

安裝好全家APP，註冊好會員，也能先在 My FamiPay 綁定信用卡，接著在APP隨買跨店取這邊就可以開始挑選優惠商品，產品不定時會更新，有些還是限量的，可以撿便宜，買到打折、優惠的價錢。

表八、全家跨店隨時取

跨店隨時取(頁面示意圖)	跨店隨時取(購物車示意圖)
--------------	---------------

「全家」和「7-11」比較-App比較評比



跨店取買好的商品等於就是寄杯的意思，在APP 首頁，選擇「我的商品」就能看到我們已經付款預購的商品清單，從「店鋪庫存查詢」這邊就可以看到附近門市的庫存量了。查詢庫存的方式有「附近門市清單模式」和「門市地圖模式」，這兩種模式都可以快速查詢到各門市的庫存量，就不會發生跑空趟的情形了。

表九、全家跨店隨時取



(二)7-11行動隨時取

行動隨時取商品的購買、兌換、查詢…等，都需經由OPEN POINT 會員帳戶才能進行，享受超值折扣，就近分次取貨，每次領取都是最新製造日期，安心、方便又省錢！

表十、7-11行動隨時取



表十一、全家、7-11隨時取優缺點比較

	全家 跨店隨時取	7-11行動隨時取
優點	1.商品優惠、打折也更清楚 2.能線商支付、APP集點、資訊同步更新 3.能將兌換卷轉贈給親友 4.持自備環保杯可折三元	
	查看附近門市是否有想購買的東西	
	可以先預購商品，這樣一來有優惠時就可以先買起來庫存，等想兌換時即可立即兌換	
	查詢庫存量的功能，這樣以後就不用怕跑空趟的問題，手機查好即可取貨	
缺點	1.必須要有APP會員才可使用 2.商品皆有兌換期限 3.兌換券選項進不去，系統顯示繁忙，部分功能維護中	

伍、研究結論與建議：

雖然7-11會員制走得早但卻走得慢，讓後來者居上，提早看準時勢的全家推出綁定App的功能，再加上宅經濟的效應，讓會員數直接攀升，而7-11總晚一年才陳列推出，緊追在後，造成常常功能故障的反效果。7-11的app有三種，但都是7-11 openpoint 衍伸出來的，不但佔記憶體空間，也會讓消費者猶豫要用那個App的不確定性，會讓下載意願降低，所以建議可以將app更新，不要為了跟上全家的腳步，而忽略了消費者的使用後建議，將那些故障問題

「全家」和「7-11」比較-App比較評比

好好的修正，讓速度可以更流暢也能讓消費者更方便使用app，但就算現在全家系統功能較完善，因7-11緊追在後，所以全家的系統功能也要與時俱進。

陸、參考文獻：

正文選自：

全家官方網站（2022年01月12日）

https://www.family.com.tw/Web_EnterPrise/page/aboutus.aspx

黃欣培（2020年06月01日）

<https://www.foodnext.net/issue/paper/5111460111>

全家與7-11哪家才是第一？（2020年10月22日）

https://blog.dcplus.com.tw/marketing-knowledge/customer_relationship/144129

全家跨店隨時取（2022年01月12日）

<https://nevent.family.com.tw/Preorder/>

7-11行動隨時取（2022年01月12日）

https://www.7-11.com.tw/openpoint_event1/20mobile/index.html

譚賢（2017）。App行銷革命。

<https://www.books.com.tw/products/0010753831?sloc=main>