

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)

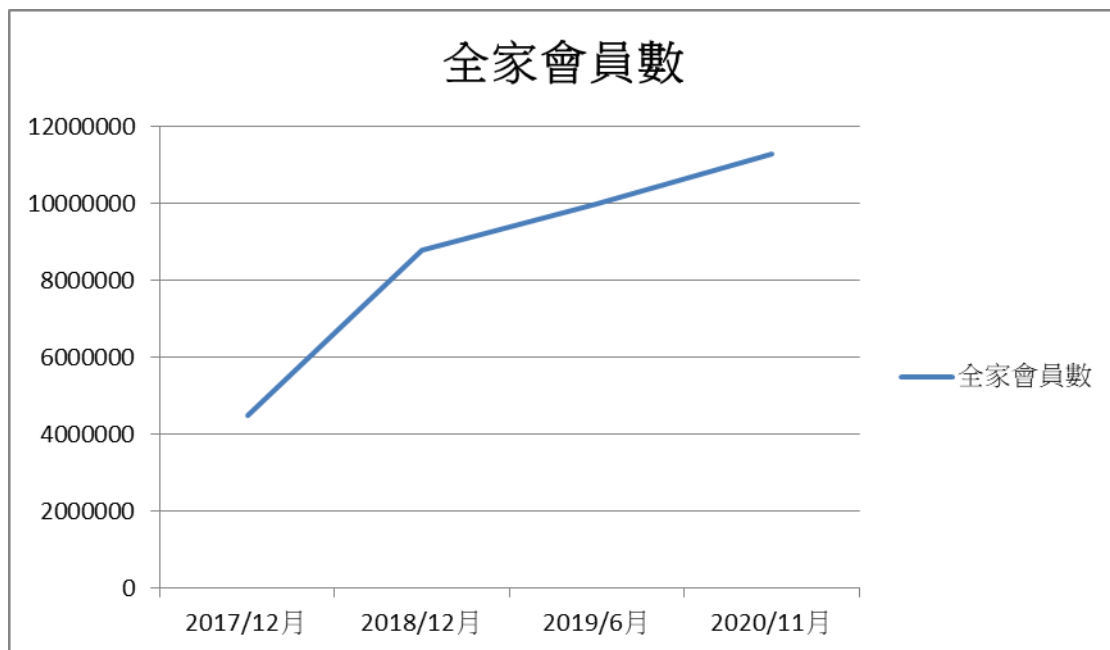


一、App比較與差異

(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「icashPay」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

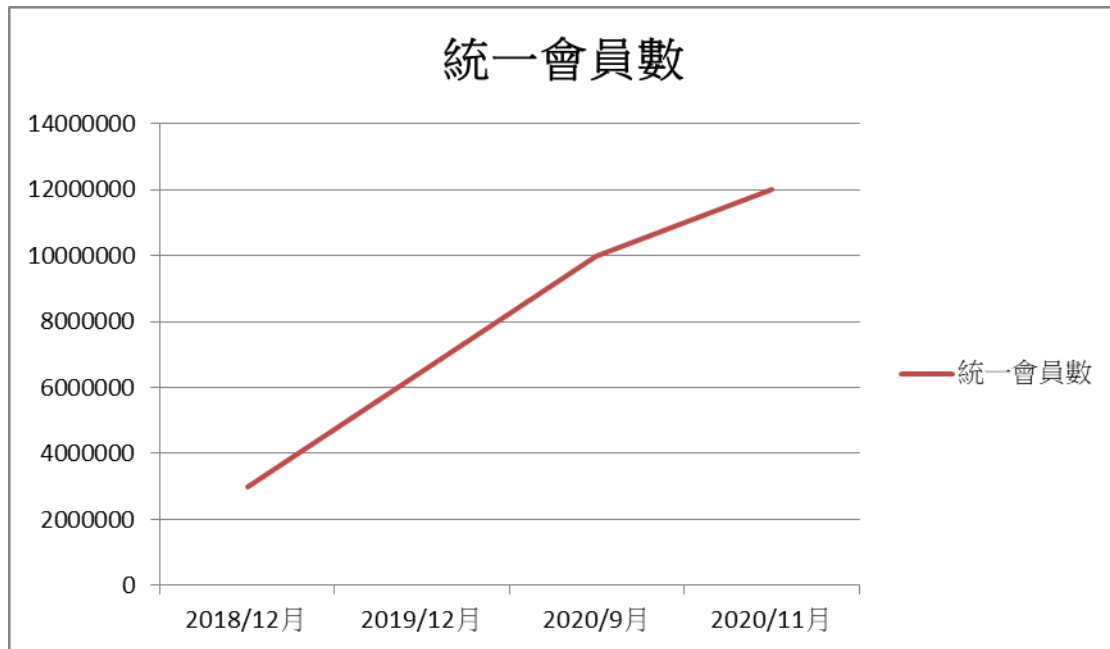


表1、全家和7-11商店App差異

| | 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。

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，緊迫在後。 |

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 | | |
|--|--|--|
| 圖6：Openpoint App頁面 | 圖7：Open point錢包App頁面 | 圖8：I Cash PayApp頁面 |
|  |  |  |

功能：

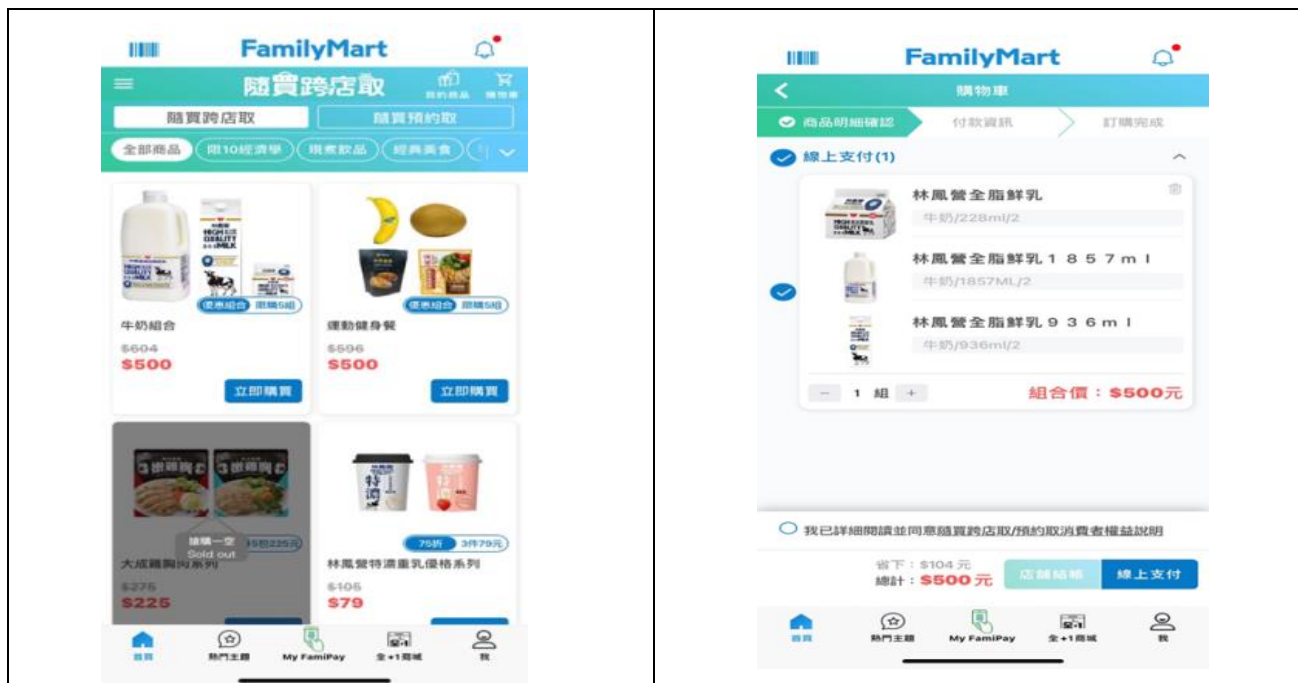
(一)全家 跨店隨時取

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！

「全家」和「7-11」比較-App比較評比

表十、7-11行動隨時取

| 行動隨時取(門市結帳流程) | | |
|---|---|---|
|  |  |  |

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，緊迫在後，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>