

全台最大美食團購網

ihergo 愛合購靠口碑行銷

網路聲量再創高峰

撰文／吳思瑩

台灣最大的美食團購網 ihergo 愛合購，2016 年成為美安夥伴商店。今年年初起，相較於 2019 年，業績自 10 倍成長到 30 倍。從大數據統計來看，美安的超連鎖®店主溫暖服務，就是締造傲人成績的關鍵。

成立迄今 13 年，擁有超過 1 萬件美食商品的 ihergo 愛合購，是全國最大的美食團購電商平台。2016 年 5 月，愛合購成為美安的夥伴商店，「ihergo 愛合購進駐美安成為夥伴商店，同時也提供很多獨家商品，經過美安會員的口碑分享，我們業績從去年第四季就有了明顯成長。」ihergo 愛合購總經理劉警豪指出，作為台灣最早建構的團購網站，消費者要找各地特產、美食點心，往往第一個就會想到 ihergo 愛合購。

店主親身分享心得  
擴大產品曝光度

數字會說話！回溯 2019 年 1 月 ihergo 愛合購夥伴商店的銷售額統計，當月營業額是 20 萬元。時間來到一年後的 2020 年 1 月，業績已突破 200 萬元。不久，全民展開防疫新生活，在保持社交距離及減少出門的外在條件助攻之下，4 月份營業額一舉衝到 800 萬元。

超過 30 倍的驚人成長是如何做到的？劉警豪分析，2019 年 3 月起，美安啟動了線上即時系統，會員可以更早在系統上看到自己的購買品項紀錄及回饋點數，廠商也不用像過去一樣交對帳報表，節省很多時間！「經由系統優化，再加上 ihergo 愛合購夥伴商店擴充了上萬件品項，會員很容易就搜尋到我們。」

劉警豪非常肯定美安的會員機制，「會員是美安最有價值的資產！」他認為，美安的超連鎖®店主經由人與人的連結，實際的愛用分享，傳遞了作為橋梁中間人的溫度。「店主會幫忙客戶挑商品，分享自身的使用心得，甚至連售後服務這一塊都做到了。」透過美安會員的口碑鏈結，超連鎖®店主會直接向 ihergo 愛合購夥伴商店反映會員需求，這對於挑選及開發商品的業務推動，有非常大的幫助。

今年起，ihergo 愛合購夥伴商店全面開放美安會員使用相當於 88 折的折價券，當這項方案與美安原有的現金回饋機制兩相結合，就成了加速業績翻倍的利器。根據劉警豪的觀察，美安建構出的現金回饋系統，創造出高黏著度的消費生態圈。「從我們的統計數據發現，美安用戶的回購率高達 3 成以上。」同時，數據也顯示出會員多數分布在高單價消費族群，「美安會員特別重視健康，像是週銷兩萬片的舒肥雞胸肉、義大利進口橄欖油，以及快速消耗的家用品等，都是我們夥伴商店最受歡迎的品項。」

### 美安會員的口碑 比廣告成效更好

由於美安是由超連鎖®店主形成的分享鏈，跟一般電商平台的單向行銷不同，「一樣都是消費行為，美安卻有一層溫度在。」ihergo 愛合購以美食團購起家，食品也占了夥伴商店 8 成的比重。不過，從消費偏好來看，相較 ihergo 愛合購原有的會員，美安的消費面向更廣。由於美安會員非常重視自身與家人的健康，除了團購美食、生鮮食材，也為 ihergo 愛合購夥伴商店創造成果豐碩的小家電銷售業績，「掃地機器人、吸塵器、空氣清淨機，都是積極維護健康的美安會員非常推崇的。」

由於美安會員的凝聚力，ihergo 愛合購不但生意蓬勃，更創造前所未有的網路聲量，「在超連鎖®店主的帶動，以及現金回饋機制的完善配套，促進更多廠商樂意跟我們合作，無論對於消費端、平台系統及夥伴商店，都是更好的正向循環。」為了更用心經營，ihergo 愛合購為美安會員建立 LINE@官方帳號，設置專人即時線上服務，定期推出美安專屬商品，並提供專屬折價券，「透過美安店主的服務，商品不會落入單純價格競爭，而是從愛用者的體驗，找到最適合自己的產品。」

從夥伴商店系統優化、現金回饋及店主服務之中，ihergo 愛合購更體認到，美安多年的經營，他們在這時分享了甜美的成果。「相較於在社群媒體和搜尋引擎購買廣告，美安會員的口碑，效果比這些廣告更好！」

摘自《美安消費新商機》特刊

<https://tw.shop.com/-v251379-c+.xhtml>