

## 個案討論

易遊網(www.eztravel.com.tw)

The screenshot displays the EzTravel website interface. At the top, there's a navigation bar with the EzTravel logo and the slogan '全國 No.1 唯一評鑑第一名'. A prominent banner advertises a 'Spring is the time to travel! Travel all over the country' promotion for a 2-day trip to Meifeng, Lu Shan, and Hot Springs for 2,990 starting price. Below the banner, there are several service categories: International flights, Domestic flights, Overseas travel, Domestic travel, Overseas booking, and Domestic booking. A search filter section allows users to select departure and destination cities (e.g., Taipei,高雄), travel type (Round trip, One-way), and ticket type (Individual ticket). A 'Search' button is provided. On the right, there are promotional banners for 'Golden Rooster News' (華航精緻旅遊85折) and 'EzTravel' (國泰航空廈門8折). Below the search filters, there are several service links categorized by region: [Overseas] East Asia, Southeast Asia, Mainland China, USA, Europe, Oceania, Middle East; [Domestic] Hainan, Beijing, Taichung, etc.; [Highland Departure] International flights, Domestic travel, etc.; [Services] Industry, Corporate, Visa, etc.; [Members] Join, My orders, etc. A 'Need Ideas?' section offers suggestions like Valentine's gifts, Taipei travel, etc. At the bottom, there are two main travel deal sections: 'Domestic Travel' (國內旅行) and 'Overseas Travel' (國外旅行), each listing 'Hot Deal' offers with prices. For example, 'Spring Good Deal' for a 2-day trip to Meifeng, Lu Shan, and Hot Springs for 2,990. The 'Overseas Travel' section lists deals for destinations like Hokkaido, Tokyo, and Shanghai. On the far right, there are two vertical promotional banners: 'All provinces, save, save, save' (全都省省省) and 'Bring your heart, walk all over the country' (帶著心愛 全國叭叭走).

圖 1 易遊網(www.eztravel.com.tw)

### 一、簡介

易遊網(ezTravel)成立於 2000 年 1 月，網站正式開站時間為 2000 年 3 月，資本額為新台幣 1 億 6000 萬元，營收來源為旅遊服務、旅遊用品零售、旅遊同業網站開發、網路 B2B 建置、網路廣告。目標市場以年輕人及年輕家庭族群為主，提供全國最低價格機票保證，消費者除了可以到實體店面付費之外，國內機票可以線上刷卡付費，而國際機票可以線上刷卡付費、匯款、以及傳真刷卡三種方式。

商業模式可以分為旅遊服務、旅遊用品零售、旅遊同業網站開發、網路 B2B 建置、廣告收入等五種：

1. 旅遊服務：(1)個人化旅遊產品為主，團體旅遊為輔；(2)國內旅遊產品為先，國際旅遊商品為後；(3)同質性商品採低價策略，以創造品牌經驗；(4)積極開發差異化趨勢性商品以創造利潤。
2. 旅遊用品零售：出國前後的用品衣物、裝備、書籍、地圖、音樂、精品及各國紀念品等。未來此類商品將佔公司營運收入的 15%。
3. 旅遊同業網站開發：結合 EC、ERP、CRM 技術開發及旅遊業產品企劃，流程管理理念，協助同業有效發展網路商機，未來此類營收將佔收益來源的 25%。
4. 網路 B2B 建置：對於未來加盟旅行社，易遊網提供其建置旅遊入口網站、社群網站、內容網站等提供全方位旅遊 B2C，以及旅遊商務網站相關的金流與物流服務，未來這項營收將達收益來源的 10%。
5. 廣告收入：協助旅遊相關用品網站推廣及導入流量，故網路廣告也是未來的營收項目之一，但其比例可能不太高。

## 二、行銷策略

提供顧客便利、低價、多選項與個人化服務的網路，結合消費趨勢與網路科技，創造良好的商業模式，贏得商機！

1. 目標市場：易遊網(ezTravel)明確的主要顧客群鎖定在年輕人及年輕家庭，在商品開發上，儘量以這兩個族群的旅遊喜好做為設計的主軸。
2. 產品策略：
  - (1) 「個人化旅遊」產品為主，團體旅遊為輔：現代人出國不像從前出國天數長、去很多國家，而是要有主題、有目的式的出國深度觀光、並且學習各國語言和文化，尤其是年輕的學生及上班族。利用網際網路機制很容易依個人需求自組商品滿足需求，「個人主題式隨選旅遊」將成市場主流。
  - (2) 同質性商品「保證最低價，買貴加倍退差價」的品牌策略：機票、訂房等與其他旅遊業者同質性的商品，一律採低價策略，標榜「保證最低價，買貴加倍退差價」！讓顧客無需到處比價，就能找到最便宜的商品；同時也讓顧客協助找出市場上最具競爭力的定價。
  - (3) 積極開發「差異化趨勢性商品」以滿足消費者需求：差異化趨勢性商品可提昇核心競爭力，並滿足網路遊客多元化的需求。
3. 虛實並進（虛擬網路 vs. 實體店面）：ezTravel 易遊網是第一家同時擁有線上購票、店面服務的旅遊網站。從網路下單之後，顧客可以選擇郵寄送件或至各門市取件，店內還

提供電腦免費上網查詢及訂購服務，對於網路交易的金流、物流及獲得顧客的信任度都有幫助。e-shop 將陸續遍佈全省，提供國人更迅速、完整、方便的旅遊服務！

ezTravel 行銷策略的成功自不在話下，2000 年 3 月份開站初期推出「1 元機票大搶購」，1 天之內連續贈送網友 24 張國內外來回機票，短時間便在市場上打出響亮的名聲。2000 年 9 月，ezTravel 決定每個月花 100 萬台幣與奇摩站達成 1 年期的合作計劃，易遊網表示，在點閱率方面，平均跳升了 50%，營業額也成長了 2~3 成。

今年(2005)年假有八天，易遊網提早打出春節特惠方案，推出「Early Bird」專案。即日起不論是大人或小孩購買日本春節行程，只要在 2004 年 12 月 8 日前報名完成(繳交訂金)，每人可享 3,000 元折價。

## 討論問題

請依本章所學為易遊網設計新的網路行銷之促銷策略。[註：可自行加入新的事實]