

Net世代實境

VS.

虛擬實境



宇承數位科技 All Rights Reserved
[www image9.com](http://www.image9.com)

網路N(Net)世代，客戶在哪裡？

自從網路日漸成為重要傳媒，伴隨著網路使用越來越大眾化，當越走入人群生活，網路傳媒也帶來了新的文化衝擊，新的媒體出現也蘊育出一些文化現象，他帶來新的生活、思想型態、流行，越是成為主導文化。

喬安，29歲，目前在電腦公司擔任行銷企劃的工作。下面是喬安的一些生活紀錄，讓我們看看網路世代消費者心理在想什麼？

喬安將手邊的工作告一段落，目光移向電腦螢幕的右下角看看時間——是晚上8:00。一邊收拾桌面，順手打開Outlook收信，這個動作已然成為她不自覺養成下班前的習慣。

E-mail讓喬安與朋友分享生活小品、接收網路商店最新產品資訊、確認網路購物訂單.....

Outlook發出完成收信的清脆音效，以前同事寄來幾篇四格漫畫和一些輕鬆短文，喬安看完莞爾一笑，按下轉寄鍵傳給通訊欄的其他朋友。博客來發出的到貨通知，前幾天訂的書，可以到住家巷口的7-11便利商店取書了。有一封寵物主義寄來的新貨上架通知，剛好提醒了喬安該為家中的貓咪——大雄和米迷補貨，點開信件連結回購物網站，將列表中已經設成喜歡項目的飼料和罐頭加到購物車內，再選幾樣網站上推薦的新零食，喬安心裡盤算著貓沙似乎也該補充了，但上次在網站上買了網友評價四顆星的貓沙，貓咪們卻不喜歡，貓沙的香味也和預期有些差異，貓沙還是去寵物店買吧，還好他們都提供了送貨到府的服務。勾選送貨時間完成訂購程序，馬上收到了確認訂購的mail，將電腦關機，時間還早可以繞去公館那間寵物店逛逛。

喬安享受傳統購物的過程中帶來的樂趣——一人與人的互動、逛街時意外的新鮮發現.....

喬安又遇上了寵物店的尖峰時段，細長形的店面被堆置的商品畫分成兩條走道，喬安和走道內的另一個顧客，互相投以微笑，並技巧性的閃出一個空隙，讓對方能順利通行，喬安到了貓沙放置的區域，找了又找卻找不到之前固定購買的牌子，或許是一臉困惑表情，引起了一旁正補貨的店員注意，主動詢問了喬安的需求，才知道那個牌子暫時缺貨。在店員悉心解說推薦後，決定另一款的貓沙。

等候結帳時，人來瘋的拉布拉多店狗Lulu竟跑來咬喬安的褲角，原來是要人陪她玩丟球的遊戲，喬安也樂意接受這等候時間意外的餘興節目。

步出寵物店，公館的攤販活動正是熱鬧，吃了碗龍潭豆花，散步到車站一路走走逛逛，買了一些新鮮的小玩意，喬安很享受這樣的樂趣。

公車正往住處行駛，不一會兒便到了站，站牌旁的7-11正是喬安在博客來訂書的取貨地點。進了家門大雄和米迷發出喵喵聲親切的來迎接，彷彿知道她剛幫他們添購了些好吃好玩的。喬安一邊換下身上的衣物，也打開電腦，Msn和Outlook程式正在執行。舒服的坐在電腦前拆開剛剛從7-11領回的書，雖然包裝內的書都是親自訂購的，但這樣的片刻總還是會有一些期待與興奮，就像是在拆禮物。

網際網路的新興技術讓喬安有天涯若比鄰的體驗——利用網路視訊和朋友聊天、Virtual Reality的技術做身歷其境的空間流覽.....

Dong Dong Dong俏皮音階從電腦傳來，是雪綸向她提出用Webcam視訊聊天的邀請，雪綸與喬安從大學便常常膩在一起，去年雪綸辭去工作到澳洲繼續進修，還好有Msn讓她們可以依舊維持頻繁的聯繫，交換生活流行資訊，分享心情點滴，就和以往一樣親密。而喬安正計劃用下個月好不容易爭取到的年假去澳洲探望雪綸，早早在網路上訂好了機票，而她們最近Msn的話題也繞著到時候的行程安排打轉，喬安在雪梨歌劇院的網站上看過那貝殼般美麗的建築，透過Virtual Reality的技術讓喬安欣賞到了歌劇院各個角度的景緻，對歌劇院的美好嚮往更佳清晰，想到就快要可以親眼見識，心情不由雀躍起來。

她們就這樣一起開心計劃著，直到喬安打了個大大的哈欠，看看時間已經是半夜兩點多，雪綸也要準備出門上課，對著Webcam揮揮手道再見，喬安關上電腦準備休息。

從喬安的生活中，我們可以清楚的看到——科技的確令我們出現變化，但是我們還是緊緊的守住一些過去的習性及購物的習慣。

在N世代，消費者的行為透過多重管道呈現出來，他們把人性需求、行為和新的線上活動結合起來，「打電話、點選網頁、登入MSN Messenger和朋友討論、發個mail或到店裡逛逛」都是生活的一部份！

N世代消費者的特徵

我們應保持客觀而不過度重視科技的態度，建立一個以消費者為主軸的嶄新思維，觀察消費者有哪些層面出現了改變，重新思考與他們互動的方式。

■ 以個人為中心的虛擬社群

N世代的特徵是隨時你可以連結上一堆好朋友，無論你身在何處，好東西都可以與好朋友分享。連上網路時，一個以你為中心的社群就在線上了，一堆已經掛在MSN Messenger或ICQ上的一大串名單，儘管有些人彼此不認識，但透過你的連結，大家可以互相分享音樂、圖片、傳遞訊息！

■ 資訊的狩獵者

以往用大量預算購買入口網站的文字連結、廣告看板、發會員電子報的網路行銷方式，近幾年很明顯可以感受到效果一年不如一年，面對資訊過量及快速的增加，消費者從資訊的接受者變成主動的狩獵者，他們不會乖乖的在沙發裡看電視、聽廣播或看報紙，一小筆精準的資料比幾百萬筆的資料還要重要，這也是Google搜尋引擎當紅的原因，消費者主動用「關鍵字」找出要的資訊，他們使用工具狩獵資訊，做出更好的決定！

■ 「結合娛樂」的數位生活

今年新力旗艦店在台北101開幕，訴求以數位家庭結合娛樂為主軸的設計，全系列商品皆充滿SONY Style。最新的手機上都有了數位相機，影音劇院也成了汽車上的標準配備，更多PC被要求裝上TV的功能，這些產品都指出了數位生活的主軸。

網路搜尋產品資訊和價格的功能的確非常寶貴，不過背後支持這股力量的真

正來源是網路帶來的娛樂性與互動性，結合娛樂的數位生活才是主角。

■ 多重渠道的資訊取得

以往企業可以藉著一定的行銷方式與消費者產生互動：從門市或賣場、傳統DM或各種電子媒體、建制網站、購買媒體廣告或入口網站廣告看板(Banner)，但N世代的消費者會建構出自己的資訊架構與使用方式，在Google尋找資訊只是其中的一部分，有些人會參加網路虛擬社群、BBS、eBay討論區等，他們尋找更簡單、更快速、更有效的資訊取得方法，資訊的取得是以多重渠道的方式獲得。

■ 迎接移動的時代

根據機構Gartner研究機構的統計，去年全球有930萬的無線上網用戶，今年預計可達3,000萬人。今年台北市政府也正推動一項「無線寬頻網路建設執行計畫」，預估2006年台北市無線上網人口覆蓋率將達90%，屆時在台北工作與生活的人都進入了移動的時代，台北變成一座「移動中的城市」。處於移動的時代中，洽商、上班都不只是發生在辦公室內，所有無線上網的熱點(Hot Spot)區域範圍內，都是你做簡報、辦公、訂電影票或安排旅遊行程的地方！

■ 真實生活還沒有虛擬世界來得更真實

真實生活對某些網友而言不過是個人經驗的一個視窗，甚至，對他們而言，真實生活還沒有虛擬世界來得更真實。多樣的虛擬社區，因著進出方便、匿名性、共同興趣結合，虛擬世界更具有親切性和直接互動的特性。電腦媒介將我們緊密地結合在一起，人們為了重拾社區的心理感覺而進入網路中找尋，在虛擬世界中，只要你喜歡，你可以做自己！

建立新的價值—虛擬實境 (Virtual Reality)

體驗向來是購買過程的一部分，無論科技如何的進步，所有發展的軌道始終是源自人的本性，在N世代要與消費者建立起溝通管道的第一步，就是將體驗和產品、服務結合在一起，建立一個新的價值。

我們稱這種新的價值叫做「虛擬實境」，就是讓消費者體驗到超越以往購買的經驗，不只是實體或線上虛擬，而是結合實體與虛擬的情境，「虛擬實境」可以達到一種前所未有的體驗。

虛擬實境的優點

「虛擬實境」以商業攝影的方式紀錄360度或720度的環境氣氛和商品，有別於一般照相取景的方式，它是紀錄環境而不只是拍照！

虛擬實境的好處：

- 消費者在購買產品的過程更方便、更省時、更輕鬆。
例如，房地產業者推出的線上虛擬實境看屋，旅遊業者推出的線上景點、飯店訂房的虛擬實境導覽，這些都是讓客戶覺得貼心的服務。
- 在網路虛擬世界中最接近真實的導覽工具
- 讓消費者身歷其境，減少對商品及服務內容的疑慮
- 高科技的展示與服務品質的提升，有助於提升公司品牌的價值
- 打開消費者的想像空間，創造其它媒體所沒有的互動經驗
- 立即拉近消費者與商品間的距離

- 涵蓋眼睛、手及聽覺的多媒體互動導覽方式，是強而有力的溝通工具
- 任何時間、地點都可以做銷售展示

導入虛擬實境對企業的影響

我們的思考重點，會在於如何掌握這些N世代消費者崛起後所創造的長期商機，以及公司如何利用這些機會點。

增加營收的潛力	<ul style="list-style-type: none"> ■ 能打動遊走於網路與傳統的消費族群 ■ 為線上及實體的商業型態創造相輔相成的綜效，刺激業績 ■ 任何時間、任何地點都可以做業務推廣 ■ 提供更高層次的服務讓客戶更忠心耿耿
降低成本的可能性	<ul style="list-style-type: none"> ■ 架構共享資源 ■ 減少聯繫客戶的成本，以及其他互動所需成本
創造選擇的機會	<ul style="list-style-type: none"> ■ 有機會隨著科技及消費者不斷的演變，進入線上或實體市場獲利最豐富的部分或策略 ■ 保留未來發展的選擇權

總 結

科技和消費者都在改變，甚至彼此互動的方式也在改變中。新的一年網路會變得更加快速、成熟；而今日想像不到的科技，屆時也會如雨後春筍般的出現。為了面對新世代消費者的來臨和挑戰，唯有更關注消費者對網路媒體的體驗方式跟感受力，所有線上可以透過客製化的服務，以及個人化、社群化所建立的新競爭價值，都是企業嶄新的行銷動力和工具，唯有重新思考N世代的行銷方法，才能建立企業長期價值的來源所在。