

商業周刊 第1155期 2010-01-11

成功賣家2》花道家&鮮道家 每15秒 送出一束花到全世界

製作人：孫秀惠 撰文者：林俊劭

專長技術平台的宅男工程師，一路克服研發、生產、物流等問題，讓顧客只要簡單步驟，就能傳遞心意到世界各地。



除了提供客製化產品和準時送貨的服務，在細節上的用心與堅持，讓花道家贏得了顧客信任與品牌知名度。（攝影者：賴建宏）

去年十二月，遠在愛丁堡求學的小潔（化名），想起父親的生日在即，正打算要打電話託住在附近的朋友代送鮮花、蛋糕，上網一搜尋，卻發現有個專門外送服務的網站，不僅全台灣各地都能宅配到家，而且款式多到讓人眼花撩亂，甚至還能根據網友寄來的照片，提供客製化蛋糕的服務。

好奇心驅使下，她嘗試著幫愛車的爸爸訂了一款賓士造型的蛋糕，並在網站上留下生日賀卡的內容，再加上一束指定樣式組合的鮮花；一週後，她接到父親開心打來的越洋電話，直說這是他收過最大的驚喜。蛋糕與花不只準時到達，而且完整無缺。

俄羅斯、阿拉伯都能幫你送達

這是「蛋糕鮮道家」，國內最大的網購蛋糕外送服務平台。他們不只可以根據你的需要做出獨一無二的造型，幫你全省送透透，而且還能送到中國大陸八十六個城市。

比它早成立五年的姊妹站、專做網購鮮花外送服務的「花道家」，則已經做到全球二十七個國家，北到芬蘭、俄羅斯，西到埃及、阿拉伯，連地圖上找不到名字的印尼小島，都能划船幫你送達。

不僅距離無遠弗屆，在旺季如情人節、母親節等數量龐大、又需求孔急的黃金檔期，一般的實體鮮花、蛋糕店「能夠吃下兩、三百張訂單就算是很不錯了，」心花漾花禮坊店長王

宗倫說。但花道家光一天的出貨數量就可以達到六千張，換句話說，每十五秒就能幫世界各地的台灣人送出一束花。

說到蛋糕與鮮花，大部分人馬上浮現的是「幸福」與「浪漫」，但這兩個網站的創辦人許立人，卻是一個從未送過老婆禮物、三十幾歲還把「海芋」當成是一種「芋頭」的宅男工程師。

這樣一個不解風情的宅男，怎麼會打造出全台灣最大的鮮花與蛋糕網站呢？

「他從虛擬跨入實體，先打造了一個平台吸引業者加盟，擴大規模的同時，也把虛實整合與分工做得非常好，」網路趨勢觀察家劉威麟說。

「其實我本來只是想做鏟子給人家去挖金礦，但看他們怎麼樣都用不順，乾脆自己跳下來當工人，」許立人笑著說。「別人」指的是傳統實體花店，「金礦」指的是網路商機，而「鏟子」就是電子商務的平台技術。

二〇〇〇年，當時在台灣第一家上櫃軟體公司「友立資訊」擔任主管的許立人，看好網路商機的無限潛力，放棄了待遇優渥的工作，與朋友一同創立了以架構軟體平台為主要的公司，第一個合作的產業就是鮮花。

做出鮮度可維持三年的不凋花

「台灣花卉的年產值高達百億，至少有十分之一可以轉到網路上運作，」許立人的構想，是運用網路突破時空的限制，讓消費者坐在家裡，用一隻滑鼠、一片螢幕，就能把心意傳遞到世界各地，而且還能保護送禮者的隱私，不會在實體花店曝光身分。

聽起來很容易理解的點子，背後牽扯到的卻是金流、物流、行銷、服務等繁瑣的細節。

許立人發現，在實體店面上，因為有囤貨與保鮮期限的壓力，又為了顧及大眾的口味，鮮花與蛋糕通常只能挑選「最安全」的幾種款式，例如玫瑰、百合，黑森林水果或鮮奶油布丁等「基本款」，很難有多樣化甚至客製化的選擇。

但網站卻沒有這種困擾，相反的，可以用時間換取空間，讓網友先看到喜歡的設計下訂單之後，再根據需求去備料組裝。

於是，第一步，他要與實體店面區隔，做出更豐富多樣的產品。

除了與全國花藝冠軍合作，不斷開創新的花藝組合之外，許立人還首創全部由泰迪熊組成、事實上沒有一朵花的「熊熊愛上你」花束系列；用純金電鍍、外觀超華麗的黃金玫瑰；引進國外新科技、以有機植物保存液讓鮮花可以維持三年的「不凋花」等。這些別出心裁的新玩意，讓網友每次上網站都有驚喜感與新鮮感。

蛋糕的部分，從多彩軟皮、精緻翻糖、平面手繪、多層高塔等各種類型都有，「我們的蛋糕款式多達九百多種，而且隨時可以根據你要的類型，做出一個獨一無二的客製化蛋糕，」四年前才從有機食品產業跨行轉入電子商務，協助許立人一起創辦蛋糕鮮道家的網站總監林紹漣得意的說。

再者，是寫出一個簡單、方便的介面，讓消費者可以在一個步驟內就完成訂購與付款。

「只要有一個地方不順，這筆訂單就飛了，」許立人說。

能讓蛋糕傾斜九十度不會掉

對工程師出身的許立人來說，程式與產品設計的問題好解，後續的物流問題才頭痛。一開始，他以宅配運送，把品質交到貨運工人手裡，結果是一百束花會毀掉十束。

原本是要傳遞幸福與浪漫，拿到手的卻是一堆「殘花敗柳」，即使事後再花大錢請專人運送彌補，但節慶的氣氛與驚喜老早被破壞殆盡。

許立人沒有把責任歸咎到物流業者身上，相反的，他發揮工程師的研究精神，苦思改進之道，最後研發出劇烈搖晃也不會傾斜的保水包裝盒，將不良率從一〇%大幅降低到千分之五。

與鮮花一樣精緻脆弱的造型蛋糕，同樣禁不起長途運送。一般業者固定蛋糕的方式是採用零下十八度急速冷凍，但這只能定型，無法避免路面顛簸造成的搖晃。

林紹漣閉關研究一個多月，終於研發出一個擁有專利證書的蛋糕固定器，讓一個擁有複雜外型的立體造型蛋糕，不僅不怕劇烈與高速移動，即使拿在手上傾斜九十度，也能夠維持原狀，不會掉下來。

最後，也是最困難的，「其實是在服務，」許立人說。

曾幫焦急母親聯絡到失散女兒

有別於女裝、包包、鞋子等消費性商品，鮮花蛋糕代表的是一種「心意」，「因為送禮者與收禮者是不同人，很容易一不小心就表錯情傳錯意，」花道家客服小姐黃欣恬說，曾經有客人在情人節一次訂購四束鮮花給不同的女生，前一天卻猛然發現自己撰寫的卡片內容與名字放錯了，緊急拜託花道家協助，他們連夜找到設計師，把早已包裝好幾百個產品從貨車上一個個拿下來檢查、更換後，才幫這位客人免於東窗事發。

類似的案例，還有幫一位聾啞人士改卡片內容挽救一場離婚危機、幫一個焦急的母親聯絡到失散六年的女兒、讓一位懷孕早產的國小老師在沉悶的醫院裡感受到陌生人的溫暖。

這些因為代客送花而衍生出來額外的「沙必速」(service)，有時甚至讓花道家付出比利潤更大的時間與通訊成本，但也正是在這些細節上的用心與堅持，讓花道家贏得了顧客信任與品牌知名度。

現在花道家有超過十萬個固定會員，回購率高達八成。

吸引實體業者主動加盟合作

台灣各地優質的實體業者就是看上他們的服務品質與物流能力，願意加盟合作，「業績至少多了五成，」王宗倫說。

而擁有越多的實體業者配合支持，也就意味著更強的接單能力與更快速的服務。

有多快？台灣地區兩個小時使命必達！

一般來說，一束量身訂做的花禮，從選材到組成包裝送出，至少要半天的時間，但花道家因為有龐大的各地實體花店做後援，提供的「花禮即時送」服務，從下單到送達最快兩個小時就能搞定；如果客戶對於收到的花束有意見，他也能就近向聯盟花店求援，處理時間依據地區大小不同而異，但也能控制在兩小時左右。

至於複雜度較高的海外地區，因為有時差與聯絡的問題，就需要至少一天的工作時間。

「他們就是比別人多做了一件事，讓『送蛋糕』（與送鮮花）變成一個超棒的idea（點子），」劉威麟說。

站穩國內市場後，許立人的下一步，是擴充全球送花與送蛋糕平台，讓服務的範圍能更加深化到世界各地。

這個宅男工程師正嘗試著運用網路的力量，幫消費者傳遞更多的幸福。

小檔案 _ 花道家 & 鮮道家 [隱藏]

成立：2000年

資本額：2,450萬元

創辦人：許立人

'09年營收：8,000萬元

競爭心法：不計成本提供額外服務

本文章列印自《商業周刊》官方網站 | 受中華民國著作權法及國際著作權法之保障