第四屆有事青年行動提案競賽-小組行動報告書

壹、行動名稱

東市場數位發展計畫

貳、行動核心標語

秉持青年創新精神，引領市場數位轉型，重塑二手衣店家未來。

參、封面照片

肆、行動簡介

透過線上電商與社群平台，結合品質好、品牌多的嘉義在地二手服飾店，共創嶄新行銷模式。快時尚風潮盛行下，消費者能以低價購買新潮服飾；隨著這種消費模式興起，大量二手衣被丟棄，威脅生態環境。不只如此，為製造大量成衣，許多勞工權益被犧牲，往往造成悲劇。因此我們展開這次行動，推廣蘭井50，讓大家再次看見二手衣的好。

伍、行動動機

走在假日的蘭井街上，絡繹不絕的人潮在共和市場中是常見的風景。在一個不起眼的轉角，一抬頭，有些褪色的帆布上寫著蘭井街50號，老闆李姐親切的招呼客人，這就是我們對蘭井50的第一印象。在這兩個月，我們因為需要有社群經營的素材，多次造訪這裡。感受到了李姐經營這間店的用心，也觀察到店裡二手衣在李姐的整理下，展現出了昔日榮光。也因為曾經任職於製鞋業，李姐總能依照各種場合需求，以店內的衣服為顧客搭配出合適的裝扮；另外，和李姐閒聊，總能聽到許多有趣的人生故事，外派到墨西哥等其他國家的經歷、小時候成長的老嘉義印象、過往工作中發生的各種趣事……等，都使我們對無法經歷的過去感到興趣。然而，就是這樣一間寶藏店鋪，卻埋沒在市場中，因此，希望透過我們的行動，讓大家走進蘭井50、走進過去、走進二手衣的未來!

陸、行動實踐過程

一、認識場域及問題分析

田野調查

- 熟悉東市場周邊產業及環境，尋找有數位轉型需求及問題的店家，調查其合作意願。
- 縮小產業類別後，挑選限較不具時效性、保存問題商品的店家，以利電商平台的寄送流程。
- 最終，選定二手衣產業的蘭井50作為合作店家。每週固定會造訪店面，與老闆李姐建立關係，並熟悉蘭井50的場域環境及經營日常，並與老闆確認後續發展計畫。

問題分析

- 實體銷售的客群因店家接近市場，故平常客群偏向長輩，缺乏年輕客群，因此計畫的服務對象針對年輕族群為行銷方向，以短影音為主要宣傳方式。
- 店家較缺乏數位化行銷及銷售管道，容易受到外在因素(如：天候狀況、市場休市、單一實體店等)影響，而使店面實體銷量不穩定。

二、經營社群

店家商標設計：

- 重新設計社群logo及商標，以藍色為主視覺，並將衣架、循環標誌融入在商標中，彰顯蘭井50的永續品牌精神。

社群內容：

- 三種影片主題：老闆及店家的故事、二手衣相關主題、其他影片(如：有趣搞笑、商品穿搭影片、衣服宣傳、顧客故事等)。每週到店內進行拍攝，固定每天更新一則內容(影片或文章)。

社群互動：

- 定期透過限時動態、呼應時事內容，增加與顧客互動性。

三、電商網站內容建置

- 品牌故事撰寫：旨在呈現出蘭井50三大特色：品質優良、價格實惠、多元品牌，及二手衣的永續時尚精神。
- 商品編號建檔：商品攝影後進行去背，並將商品資料紀錄於雲端表單，方便後續電商平台之上架。
- 金流、物流串接：與平台方確認金流付款方式及物流選項。
- 物流寄送測試：確認物流寄送及退貨流程，運作正常

四、數位轉型操作說明書

給老闆的簡易操作書，包含商品拍攝、寄貨說明書、社群操作說明書。

五、其他行銷擴展方向

- 於各大FB社群宣傳，如：嘉義綠豆人、二手衣社團等。此外，印製名片放置於附近咖啡廳、其他空間等做實體宣傳。

- 9/9點亮二通祭
  活動總體人潮：近300人
  銷售額：超過1500元
  觸及人數：近50人至攤位瀏覽，近20人追蹤商店社群，並將店家特色及二手衣的價值與意義介紹給遊客。

歡慶！蘭井50網店開幕

穿的帥氣，穿的美麗
各種款式二手衣這裡都有
簡單地發現隱藏的寶藏和獨特的時尚單品

認識我們

柒、行動觀察與回饋

組員-吳科慧

本次提案行動，我們注重於數位工具的建設，協助店家做數位轉型，期待透過網路來觸及年輕客群。在社群推動的過程，透過短影音的形式，讓我們在拍攝影片、搜集題材時發現很多有趣的時事。

與李姐討論社群工作，讓我知道長輩也願意為數位時代做出更多的學習，小組三人與李姐也一同為了店家的發展，做了許多深刻的討論與產生連結。我認為在傳統市場數位發展的過程中，最棒的目的是讓年事已高的市場夥伴在風雨交加的那天，也能在家透過網路獲得收益。轉型計畫預計是為期一年，我們的輔導只是開端，引導攤商因應消費環境改造，並吸引更多攤商自發性參與，帶動整個市場成長，才是真正的價值所在。

組員-張殷睿

這次提案，我們做了很多與平常不同的嘗試：數位社群內容的產出、電商平台商品上架……等。透過這些嘗試，走入現場實際操作，為了目的一同努力的過程中也學到未來能夠應用到的能力（例如：短影音拍攝與剪輯、社群平台經營之技巧）。除此之外，與老闆李姐討論、聊天的過程中聽到的故事以及道理也豐富了我們的人生。而我們這兩個月的行動雖然只是開端，不過相信我們的努力，能夠成功開闢雲端的第二市場，不只增進李姐店鋪商品的銷售，同時也讓更多人看見二手衣的好。

老闆-李姐

我經營蘭井50二手衣服飾店，到今年已邁入第十年。六月時，承揚提出協助我的計畫。當我知道這是場比賽時，擔心著沒得獎，無形中產生了壓力，不過承揚、殷睿、科慧卻說志在從此活動中吸取經驗，讓我安心不少。

他們上傳的影片真讓我驚艷！科慧幽默風趣又創意的字彙讓我讚嘆，我就超級喜愛這句（米開朗機慧）；阿睿從靦腆的小伙子變得敢穿女裝上鏡，而且表現地很突出，加上小慧從中穿插的話語，哈哈哈！真妙。在這些日子裡，承揚也變得更勇於表達，時常訪問客人並拍照撰文。最難能可貴的是有事青年團隊來參訪時，他落落大方地介紹本店，在這過程中我們彼此都感到很開心，充滿成就感。

今年四月我老公往生，五月辦完喪事，我決定繼續經營蘭井50服飾店，因為客人常與我交心；鄰居很照顧我，更因為這項計畫，讓我有機會認識承揚、殷睿、科慧，一起拍片、聊事業，讓我分散憂傷。感謝你們為我的付出，很高興有緣認識你們！

捌、團隊介紹

團隊成員列名：

組長-謝承揚
組員-張殷睿
組員-吳科慧

一句話介紹團隊：

我們是來自不同大學的三位熱衷於創生的大學生，心系嘉義市，想為傳統市場帶來新的數位力和創新生活。

行動粉專連結：

https://www.facebook.com/profile.php?id=100094501986454&sk=about

玖、行動量化效益

活動參與人數
9/9點亮二通祭 約五十人

活動曝光瀏覽量
IG發文36篇
IG粉絲專業瀏覽人數-576
IG粉絲專業觸及人數將近千人-746
IG單片最高觀看次數將近五萬人次瀏覽-48117
臉書粉絲專業觸及人數將近四千人-3751
臉書粉絲專業瀏覽人數-619

蘭井50網路平台
瀏覽數破百人次-124人
於網站內有超過300次的網站互動

與在地店家/企業/學校單位(利害關係人)合作
共計1個店家：蘭井50服飾

其他相關數據
網路調查蘭井50曝光成效(問卷型式)