

3C服務生態圈商業模式

核心理念

- 以服務帶動銷售
- 以教學鞏固客群
- 建立社群化互助型生態系
- 以「人」為中心

模式組成與運作

- 服務入口 — 電腦維修 (低門檻)
- 商品轉化 — 透過維修提供3C商品經銷解決方案
服務顧客轉化為商品消費者
- 社群鞏固 — 社大教學建立信任與專業形象
培養忠實顧客與潛在合作夥伴

營收來源與規劃

- 維修服務收入 — 軟硬體維修
電腦健檢
資料救援
- 商品銷售利潤 — 新機銷售 (代理/客製化組裝)
二手商品銷售 (翻新/租賃)
- 教學課程收入 — 社大課程 (基礎/影音剪輯/手機應用)
企業內訓 (客製化維護/軟體應用)
- 會員制服務 (穩定被動收入) — 月費或年費制
遠端技術支援
定期電腦健檢
維修費用折扣

未來展望與永續性

- 不依賴單一收入來源
- 服務-銷售-教學閉環
- 擴大服務範疇 — 手機、平板、智慧家庭裝置
- 人才培育 — 發掘維修熱情人才
培養志工或正式員工
- 創造社會價值 — 結合公益回饋社會
吸引認同理念的顧客
- 成功關鍵: 人與人之間的連結

執行策略與優勢

- 以服務建立信任 — 專業與誠信是回購核心
教育顧客問題所在
- 服務與銷售無縫銜接 — 老舊無法維修順勢推薦新機
提供客製化安裝服務
- 教學作為品牌公關 — 品牌行銷與客戶關係管理
展現專業, 建立深厚關係
學員成為口碑傳播者/潛在合作夥伴
- 打造獨特服務社群 — 鼓勵學員/顧客/經銷夥伴形成社群
分享知識/即時問答 (Line/FB)
組織公益活動 (舊電腦回收/捐贈)