

糖話

用客製化糖果 拉近彼此的距離

傳統的喜糖如何與時俱進變成傳遞感情的新媒介？以客製化糖餅服務打進食品級禮品市場的「糖話」透過SBIR「客製化糖餅020雙向互動平台推廣開發計畫」讓糖果不單單是糖果，而是能量身訂做，有表情、有溫暖、有態度的媒材。糖果入口，不只吃到甜，還有暖暖心意與信息。

糖話股份有限公司

以打造個性化的糖果為其製糖特色，除了一般喜宴的喜糖，還為消費者量身訂做節慶糖、彌月糖、友情糖等，突破糖果的界線，讓糖果變成交換訊息、表達想法的媒介，落實最初想用「糖」來說「話」的理想。

地址：台北市中山區新生北路二段31-1
號11樓之6

電話：0972-002603

網址：www.bonchaboncha.com





看似傳統產業的糖餅，在網路發達的年代有了截然不同的詮釋與呈現。不是老字號、也沒看到老師傅，甫成立不久充滿創意與想法的「糖話」，結合了理想的製糖精神和靈活的網路行銷建置，開創出截然不同的糖餅市場。

負責人黃韻如說：「過去大家想到糖果多半只想到喜糖，但我們覺得送糖的甜美心意不單單只侷限在婚禮，有時候我們可以透過送糖表達我們的思念、喜悅、祝福，糖果就像語言一樣可以表情達意，量身訂做的糖果是會說話的、說出我們心底最真誠的話語。」

打造會說話的糖果

走進「糖話」的工作室，沒有一般喜餅店熙熙攘攘來詢問的客戶、也沒有堆滿櫃檯的餅給消費者挑選，不到十人的辦公室，大家多半專注在電腦前，有的人則在包裝可愛的糖果禮盒。入口處放著幾個跟展覽單位合作的產品，如：用米開朗基羅的作品轉印到糖上的糖餅、也擺放幾顆小小的糖果，上頭有著新人甜蜜的合影，年紀輕輕的黃韻如踏入糖餅產業不到五年，但精準的抓到消費者送糖時的心情與需求。

她笑著說：「最初我是想要幫新人們設計有個人特色的喜糖，畢竟傳統的喜糖一致性太高，沒太大的特色，只是甜甜的糖果。」



無論照片或濃情蜜意的文字，還是行銷廣告的文宣，全透過食品直噴機印製於口香糖、棒棒糖與巧克力，傳達情意、致意、賣資訊，有效滲透人心。

透過客製化的設計，新人送禮的糖果其實能更有表情，收到糖果的人能感受新人們的心意，珍藏這個不僅僅是糖果的禮物。」

客製化的喜糖大受好評之際，黃韻如發現送糖的美好心意其實不僅只有在婚禮，糖果是一種祝福、一種喜悅、一種分享，這種愉悅的心情其實是反映在人生許多美好的時刻，比方節慶、生日、思念甚至可當作商業發表的禮品，如同最初黃韻如設定「糖話」是用糖果來說話，除了婚禮市場，糖果可以說話、可以聊天的領域其實很寬廣，被看作傳統產業的糖果，在科技年代有了新的符號與意義。

糖話為客人量身訂做，從婚禮小物的需求，找到缺口，主打客製化服務，進而延伸到企業禮贈品、彌月禮的市場。



發展成熟的雙向互動平台

「我很幸運生長在網路的年代，網路商務讓傳統的糖餅業有全新的可能。」黃韻如興奮的說。如同許多青年創業者在創業之初就會架設網站，但黃韻如想得更遠，她希望糖話的網站不單單只

是產品的展示、訂購、結帳而已，她說：「理想的網頁不該只是賣東西，我希望所有訂購的流程都可以讓客戶在網路上完成，包括想要糖餅的樣式、想要在糖上有什麼樣的圖案、是需要我們的圖庫還是消費者要上傳照片、圖片呈現的風格是要水彩風還是鉛筆風，我希望所有的細節都可以透過網路的系統操作，降低消費者和我們溝通的障礙與誤解。」

於是，黃韻如申請了SBIR「客製化糖餅O2O雙向互動平台推廣開發計畫」，透過縝密的網路互動設計，讓糖餅的訂購與製作全面E化。

點開「糖話」的網頁，即是開始與糖對話的旅程，整個訂製個人糖餅的流程有如一場互動遊戲，沒有門檻、也無須擔心按了這個鍵要不要收費、更沒有需要網友立刻加入會員的逼迫感，即使是隨意逛逛的網友也會被「糖話」可愛的網頁吸引，順手的玩起訂糖的遊戲：選擇圖庫、選擇去背、選擇影像風格，一分鐘內就可以模擬出想要訂做的糖果樣子，完全不用去電詢問、更無須擔心所謂的客製化要大量訂購才能提供服務。

黃韻如說：「我們突破了客製化總是屬於企業或大廠商才能有此選擇，在糖話小量無負擔的設訂下，消費者最低只要花一千多元就可以訂購100顆有自己風格的小糖果，客製化糖果的門檻大幅降低。」

靈活運用網路，時時刻刻可糖「話」

雙向互動平台建置成功後，糖話的通話大門全面開啟，黃韻如指出，過去網站建置尚未完整時，消費者常常要親自來我們公司討論糖餅的形式、圖案，舟車勞頓增加了交通成本與人力成本。

此外，網站的許多細節沒有建置完整也會讓公司員工一直接聽客人詢問的電話，她說：「電話討論或是email討論有時候還是會有誤差和誤解，現在我們的網站互動平台建立後，多樣性基礎產品讓消費者能將自我創意發揮到極大化，滿足對贈禮獨特性之需求，而且產品的呈現更精準，也增添了整個過程的趣味，讓消費者再訪率大幅提高。」



點開「糖話」的網頁，即是開始與糖對話的旅程，整個訂製個人糖餅的流程有如一場互動遊戲。

就黃韻如觀察，藉由客戶關係自動化溝通管理機制的設置，糖話的業績大幅攀升，而且訂單無遠弗屆，美國、日本、新加坡、香港的客戶激增。黃韻如指出，網路商務是24小時都可下單、都可自己訂做糖餅，糖話透過網站和全世界各地的消費者都可以溝通，人人可下單、突破了時差、打破了疆界，落實了糖話創立時想要拉近人和人之間距離的夢想。

此外，就公司內部員工的工作量來看，互動平台的設置有效的減少人力客服的時間，她笑著說：「我們並不是因此而不需要客服，而是透過網站的加持，可以服務的更精準且有效率。」



友善的服務網站介面，降低電話溝通的成本、減少錯誤，網站建構完備，以簡單操作方便消費者。

突破年齡層的客製糖餅服務

原以為客製化糖餅是屬於比較年輕族群的市場，但互動平台成熟上線後，黃韻如發覺想透過糖果傳達心意的並不只侷限年輕人，她分析道：「因為我們的介面操作簡單且友善，意外地吸引不同族群的客層，就有阿姨特別訂製糖果送給即將結婚的子女，雖然阿姨是首次透過網路訂購產品、也不太會操作電腦，但在一步一步的指引下，也成功的完成傳遞心意的訂購手續。」黃韻如感性地指出，糖話意外的成為一些長輩初次使用網路所上的網站，他們對於後輩的祝福與期待透過糖話甜蜜的傳遞。

透過糖話，黃韻如窺探到形形色色的人生。有客戶在愛犬往生後，將愛犬的照片當作製作糖餅的圖檔，客製化愛犬紀念糖果與友人一同紀念曾有的美好時光；也有父親因為要去阿富汗受訓，於是把自己的照片轉印在糖果上送給孩子，讓孩子吃糖果時也可以想起遠方的爸爸。人與人之間的互動、交流，藉著糖話的互動平台，轉化成一顆顆有故事、有意義的糖，不只甜了口也融化了心。

跨界合作再創商機

糖話突破疆界式的溝通平台讓糖餅成了可以跨界合作的商品，



網路商務是24小時都可下單、都可自己訂做糖餅，糖話透過網站和全世界各地的消費者都可以溝通，人人可下單、突破了時差、打破了疆界，落實了糖話創立時想要拉近人和人之間距離的夢想。



黃韻如表示，糖話的自由度極高，不只是食品、禮品亦可當作伴手禮。此外，有些策展單位也和糖話合作，將展出的作品圖檔轉印在糖餅上，成為獨特的紀念品。黃韻如也加速建置糖話的圖庫，讓消費者能從豐富的圖像中選中自己的心意，此外亦培養設計人員，讓網頁的裝飾性和客製化糖品的細節可以更加細膩。黃韻如說：「我們還跟一些插畫家合作，讓糖餅像畫布一樣，呈現他們的作品、表達消費者千變萬化的心情，日後糖話糖餅的樣貌勢必越來越多元、越來越精采。」

從一顆傳統喜糖出發，透過科技加上影像與對食品健康的追求，演化成可以表達心意的「糖話」。在黃韻如的構思裡，糖話的產品價值與精神，遠遠超過一顆糖。「吃糖也可以吃得很有故事、察覺友人之間的心情。」黃韻如溫柔的說。而冰冷的科技，透過糖話暖洋洋心意的呈現，讓互動平台的建置比以往更為熱絡，透過SBIR的計畫，糖話將人與人間的距離拉得更靠近。■





七年級的兩個女生黃韻如、蔡雅文，看到市場有所缺、客製化的供不應求，推出「boncha boncha 糖話」賣「會說話的糖果」。

