

美妝社群應用再進化

艾思網絡 4G打造美妝網路社群

有別於一般網路企業以廣告為主要營收來源，艾思網絡專攻網路美妝社群服務，不但贏得消費者讚賞的口碑，更成為各大美妝產業界在產品及行銷策略上的顧問諮詢，走過網路泡沫化的危機，歷經13年寒暑而屹立不搖。



陳宗明（前排右一）率領艾思網絡團隊，以4G網路打造新時代美妝網路社群。

文/吳淑華 圖/徐裕志

你愛漂亮嗎？市面上眾多琳瑯滿目的美妝產品，哪一款適合自己？自己是屬於哪種膚質？要如何為自己描繪出更好的妝容？這些問題，由艾思網絡股份有限公司所創辦的UrCosme美妝社群服務來滿足您的需求。

UrCosme自92年成立以來，已累積至少7萬多件產品、2,000個以上的產品品牌，體驗分享文計有百萬筆以上。艾思網絡創辦人兼執行長陳宗明表示：「我們的網站主力在消費者的社群經營，與一般美妝網站偏品牌端或是主打名人宣傳大大不同。」以社群的角度，洞察消費者的習慣，一直是艾思網絡創立的初衷。

即使Urcosme已擁有累積多年的內容與資料庫，但要如何運用大量的資料提高使用者黏著度與互動性成為思考的重點，大數據的運用成為Urcosme重要核心發展。除此之外，在4G開臺後消費者上網行為確實受到影響，Urcosme警覺到消費者閱讀訊息的行為改變，若無法在行動應用跟上腳步，提供更即時、便利的創新服務，便無法持續強化社群的黏著度與互動性。

4G計畫加持 服務更上一層樓

為求突破，艾思網絡於104年透過經濟部中小企業處「4G行動商務應用服務計畫」的協助，建立主題彩妝影音教學、4G行動彩妝師、4G貼身保養顧問服務、4G私房專櫃等，充分滿足消費者在美妝的行動需求。

美妝圖文教學因受限於靜態圖片，難以展現使用效果，

因此，深化行動服務就成為首先考量的重點，加上許多消費者都會利用通勤的零碎時間加以學習，所以「4G行動彩妝師」即結合Swanor共同合作，發展高畫質主題彩妝影音教學，以Full HD高畫質方式拍攝，不但提供精緻影音服務，還運用4G技術的串流以及響應式設計，清楚呈現商品使用效果，更強化會員黏著度與忠誠度，加強導購推動力，促進消費。

現階段消費者購買美妝保養品，多由專櫃人員或是自我判斷而消費，而非透過專業的檢測；

提供消費者現場檢測服務，成功刺激產品銷售業績。

除了提供高畫質影音服務與肌膚檢測外，Urcosme希望能將消費者美妝行為建立完整資料庫，藉由數據的整合歸納分類，透過消費者獨特習性，推薦適合商品，進而啟動個人化「4G私房專櫃」，不但有助女性擁有追求美麗的權利，也同時提高4G需求依賴性間接提升行動電子商務的服務價值鏈。

但膚質一年四季都會變化，甚至受到陰晴雨天及心情變化的影響，唯有長時間監測，才能讓數據愈趨精準，美肌魔鏡專案負責人黃佩璋表示：「了解自我肌膚狀況對女人相當重要，愈了解愈有助於使用適合的保養品永駐青春。」

因此，有了4G網路之便，消費者可以自我檢測不求人，艾思網絡也記錄了更多消費者的肌膚檢測數據。黃佩璋表示，因為4G的便利，測試者大幅度增加至4,000多人，這是艾思網絡前所未見，更是計畫的大力協助，才有如此漂亮的成績。

洞察消費者習慣 掌握未來藍海

過去，關心肌膚狀況的消費者以25歲至45歲之間的女性居多，但隨著時代的進步，客層有擴大成長的趨勢，潛在客戶中就有不少全職媽媽；青春期的男性因為不擅長對外求援或是傳統性別印象讓男性不好意思詢問美妝肌膚資訊，反而會積極透過網路取得資訊，而且忠誠度極高，是艾思網絡未來可積極開拓的藍海。

陳宗明指出，肌膚資料庫數據的建立，吸引了不少實體美妝廠商前來洽談合作，因為藉由美肌鏡檢測系統能更清楚了解消費者肌膚狀況，甚至對於產品的研發或改良都有相當大的助益。他進一步解釋，消費者購買的行為主要來自於：動機、評價、哪裡購買以及購買方式等，若能夠透過網路社群平臺追蹤分析此消費模式，掌握實體美妝廠商迫切需要的資訊，便成為艾思網絡的一大優勢。

艾思網絡透過4G計畫輔導的契機，轉以行動商務為經營重點，期望透過既有的社群資料，強化美妝行動應用服務，掌握消費者美妝資訊的行動需求，以發展數據分析、適性推薦與主動推播等服務，以提供快速且精準品牌連結，促進業者與消費者的供給與需求。持續洞察消費者習慣是艾思網絡不變的初衷，陳宗明也堅信這個大方向是正確的，隨著行動網路便捷化，透過了解消費者的行為改變，將此資訊回饋給消費者及美妝廠商，是艾思網絡的使命，更是未來發展事業版圖的主要利基。

圖1至3：艾思網絡與日本團隊開發Beautecam美肌魔鏡，消費者只要裝在行動裝置，使用專屬APP即可輕鬆檢測自己的膚質。



圖4：艾思網絡團隊整合消費者心得，強化美妝行動應用服務。

因此Urcosme與日本技術團隊合作，開發具有物聯網概念的膚質檢測商品——「Beautecam美肌魔鏡」，消費者只要加裝於手機後，連上行動網路，開啟專屬APP即可輕鬆為肌膚進行膚質檢測，不但運用4G技術上傳流暢的特性，還透過雲端解析、膚質紋理及圖像辨識等國際專利技術，媒合使用者資料庫數據，打造「4G貼身保養顧問」創新服務，提供完整膚質分析並推薦消費者適合的商品，創造無限商機。

透過4G計畫的支援，美肌魔鏡檢測服務的應用，在短短不到一年的時間獲得顯著的推廣成效，更讓艾思網絡在2015臺北國際軟體應用展及秋冬美妝展中知名度大增，激發美妝廠商結合實體銷售踴躍下單，於實體櫃位並配合以美肌魔鏡