



改朝換代 電子優惠券新時代 – 專訪 Mezzofy (Hong Kong) Limited 首席執行官應子傑 Dicky Ying

不少人賴以網絡為生，網絡改變了大家的生活習慣。大家逐漸摒棄紙張而將內容電子化——化作網絡上分享及傳播至世界各地的一個個帖文。優惠券市場也正悄然進行一場電子化的改革：從前姨媽姑母從報章剪下一格格優惠券，細心摺好放進錢包；現在一人一機，三朋四友透過社交媒體分享電子優惠券，一「啣」即用。大家仍不會放過佔盡每個優惠的機會，但方式顯然隨時代越來越先進。在 2014 年成立的 Mezzofy 為商戶提供與電子優惠券相關的一系列彈性服務，務求增加商戶及消費者對電子優惠券的認識，改變市場行為，迎接更綠色的世代。

改變傳統的市場習慣

傳統優惠券是頗為普遍的推廣手法之一，但隨着科技進步，更好的選項出現：電子優惠券。對商戶而言，傳統優惠券的開銷遠較電子優惠券大，公司不但要聘請員工設計及分發優惠券，花費時間準備和執行決定，印刷費用也十分可觀。更重要的是，公司難以測量結果和成效，未能掌握有用數據。反之，Mezzofy 提供的電子優惠券

應用程式讓商家輕鬆創建優惠券，並通過社交媒體迅速分發，令商家成本驟降。

「部分商戶仍依賴使用傳統優惠券的舊一套方式。但時移世易，我們希望改變市場習慣，教導大家電子優惠券的優勢之處，帶來更環保又有效的工具。」



電子化帶來的絕對優勢

電子優惠券對商家來說或尚算新鮮概念，即使商家想使用這項行銷方式也苦無技術支援。Mezzofy 為商戶提供全面的一站式電子優惠券平台服務。商戶只需簡單按下數項設定，便可自行創造優惠券，及後輕鬆地經社交媒介網絡分發優惠券。

Mezzofy 更助商家追蹤優惠券的使用情況，收集顧客數據。兌換優惠券的顧客資料會實時錄入 Mezzofy 的數據庫及免費生成報告，商戶能更快研究及分析行銷情況，因應市場反應計畫下一場行銷活動。「電子優惠券的互動性和針對性很強，何時何地都可以擴散和分享給指定人群。它的用處在於留住舊客，定時提供優惠券給現有顧客，令他們樂意繼續支持公司，同時吸納新客，吸引 O2O（網上對網下）流量，令更多人流往門市兌換優惠券。整件事也不繁複，只要運用我們的平台，誰都可以做到，不需要專業的技術人員再設計些什麼。」

電子優惠券為全球趨勢

電子優惠券好處多多，推廣時會遇到困難嗎？Dicky 指，仍要給市場一點時間去認識電子優惠券，商戶在運用電子優惠券作宣傳時，或會受限於自己的想像力，未有

完全發揮電子優惠券的用處。「我們特別希望將電子優惠券平台推廣給中小企使用。我們的大企業客戶對電子優惠券認識不淺，甚至進而將我們的系統接駁進他們的ERP和POS上，配合他們的市場推廣方案，投入大量資源發展。相反中小企可能不知道怎樣徹底應用這些技術，例如將優惠券用作門票券、作給客戶的感謝禮物、嵌入視頻來介紹產品等，彈性很大，花樣也很多。」使用電子優惠券是全球趨勢，Mezzofy的市場不只香港，新加坡、馬來西亞和印度的需求也很龐大。最近，Mezzofy和印度企業磋商合作細節，準備為當地帶來電子優惠券的新平台；也正積極籌備把整個平台搬上區域鏈，進一步增加透明度和安全性，電子優惠券的普及確是勢之所趨。

