

- ▲ Vital CRM 會員搜集器落實精準行銷

▲ 老牌藥廠玩行銷！天明製藥推動會員變成忠實顧客

資料來源 | 數位時代

“

位在屏東的天明製藥農科觀光藥廠，藉由叡揚資訊 Vital CRM 客戶關係管理系統，落實精準行銷的目標及提供貼心的客戶服務，將會員變成會持續消費的回頭客。

”

從製造、流程到銷售 打造數位營運金三角

王伯綸由中醫診所起家，有感於中醫藥品質的不穩定，因而決定積極投入改善，在 1968 年成立天明製藥集團、投入中醫藥的研發製造，如今全台共有近 5 千家中醫診所與藥局使用天明製藥的產品，包括金門一條根、阿桐柏膀胱丸、許榮助保肝丸等台灣人熟知的中藥成藥，都是由天明製藥代工生產。

在 B2B 代工業務不斷成長的過程中，王伯綸也觀察到，多角化經營對推動企業成長的重要性。正如同中醫藥的「中」字意指中庸之道，藉由體內各器官的調和，讓身體處於最佳動平衡的狀態，才能保持身體健康狀態，這個精神也落實在天明製藥的公司治理與運營上。

天明製藥以自有產品科學中藥及知名品牌中成藥代工製造，除了著重在此，同時也從各個不同角度去推動企業成長，因此，在經營 B2B 專業代工業務之餘，天明製藥也耕耘 B2C 市場、成立天明製藥農科觀光藥廠推廣中醫藥教育、結合西醫原理發展免疫細胞療法等，希望中醫藥能發揮更大的力量，幫助更多民眾擁有健康的身體。

而在多角化經營的過程中，數位工具就成為天明製藥提昇經營效率的關鍵，「從天明製藥以數位工具為基礎，拚出從生產、



天明製藥董事長王伯綸在發展多角化經營過程中，以數位工具為基礎，為天明製藥拚出從生產、流程管理、到銷售的數位營運金三角。(照片來源：數位時代)

流程管理、到銷售的數位營運金三角，」王伯綸說。

在製造端，天明製藥早在 10 年前就導入生產管理系統，近年來因應智慧製造浪潮，也正研發如何引進人工智慧、物聯網等技術，提高生產管理效率和產品品質；在流程管理端，藉由系統打造自動化流程，讓業務在外就能完成內部各項作業，提高工作效率，爭取更多拜訪客戶的時間；至於銷售端，則導入叡揚資訊 Vital CRM 客戶關係管理系統，深化與觀光藥廠參訪民眾的互動，讓顧客變成回頭客。

傳統人工作業 行銷困難重重

「觀光藥廠是天明製藥經營 C 端市場很重要的通路，」王伯綸指出，民眾可以在觀光藥廠學習中醫藥知識、看到中醫藥製造流程、體驗及購買產品後，天明製藥再藉

著高速公路南下來到台灣最南端的屏東，這裡不只可以玩沙、踏浪、吃美食，還能 DIY 做中藥泡澡包或防蚊液，因為全台最大的科學中藥博覽館——天明製藥農科觀光藥廠，就座落在屏東的農

業生物科技園區內，每天為上百位遊客介紹中醫藥的原理與製作流程，而將觀光藥廠結合中醫藥推廣教育的關鍵人物，就是天明製藥董事長王伯綸。



天明製藥藉由叡揚資訊 Vital CRM 客戶關係管理系統，落實精準行銷的目標及提供貼心的客戶服務，將會員變成會持續消費的回頭客。(照片來源：天明製藥)



天明製藥董事長王伯綸（中）與勸揚資訊雲端及巨資事業群總經理胡瑞柔（右）、客戶關係經理劉婷慧（左）攜手，運用勸揚資訊 Vital CRM 系統深化與天明觀光藥廠參訪民眾的互動，讓顧客變成回頭客。（照片來源：數位時代）

由會員經營、社群行銷、電商銷售等方式，在參訪民眾返家後持續互動，進而吸引參訪民眾成為忠實顧客，而這個目標在導入 Vital CRM 後變得更容易實現。

「早期我們是請民眾填寫紙本會員資料表，再由同仁手動輸入至系統中，」天明製藥農科觀光藥廠館長馮暄茵指出，由於每天來參訪的民眾相當多，一天至少要輸入 200-300 筆資料，也因為資料量太大，使得同仁沒有時間反覆檢查資料有沒有錯誤。

除了資料錯誤風險外，人工作業還存在著二個問題，其一是可能會錯失商機，其二

為很難再行銷。馮暄茵說明，有些時候客戶想再回購之前在觀光藥廠購買的某項商品，但當客戶打電話來詢問時，同仁卻無法在系統裡找到客戶的購買資料，因為同仁還來不及建檔，此時若客戶無法講出完整產品名稱，很可能就錯失了商機。

此外，當行銷同仁想要針對會員進行再行銷時，必須先從系統撈出會員資料並轉成 EXCEL 表格，然後根據再行銷的目標客戶條件，如：年齡 50 歲以上、住在南部縣市等，一筆筆去篩選出符合條件的客戶，光是篩選作業可能就要花上半天到一天的時間，這也讓再行銷變得相當沒有效率。

以 Vital CRM 發展 2 大行銷應用

而 Vital CRM 裡的會員搜集器和標籤功能，恰巧解決了天明製藥在會員經營上的種種難題。藉由 Vital CRM 的會員搜集器，參訪民眾在加入天明製藥為 Line 為好友的同時，也一併填寫完會員資料，不只省下天明製藥員工手動輸入的作業時間，行銷人員還可以藉由 Vital CRM 的標籤功能，落實精準行銷的目標，及提供更貼心的客戶服務。

應用 1》落實精準行銷、提高溝通成效

馮暄茵認為，Vital CRM 的標籤功能，大幅簡化分類、篩選客戶的作業，行銷人員只要移動滑鼠，幾分鐘就能篩選出不同條件的會員，也因此，在行銷上可以真正做到精準行銷、根據客戶需求提供相應的產品和訊息，成交率也因此提高很多。

現在，天明製藥行銷人員想要發佈訊息或推薦商品時，都會依年齡、居住地區、購買商

品類別等條件，事先篩選出適合的客戶，再做行銷溝通，例如推出龜鹿二仙膠優惠組合時，因為多是長輩在購買，所以就會針對 45 歲以上會員，用 Line、電話或簡訊做溝通。又如 5 月疫情緊張期間，就針對台南、高雄與屏東地區居民發送 Line 訊息與電話簡訊，告知觀光藥廠有免費提供次氯酸水。

應用 2》提供貼心服務、提昇黏著度

在精準行銷外，Vital CRM 還協助天明製藥提高客戶服務的貼心指數，增加客戶對品牌的認同與黏著度。舉例來說，在會員生日當月提供優惠代碼，吸引顧客上電商網站購買。又如，找出近一個月曾經來過觀光藥廠的消費者進行客戶關懷，「以前很多客戶買了產品後，回家就忘了使用，常常放到過期，」馮暄茵說，現在行銷人員可以主動關懷，提醒客戶記得使用，或是瞭解客戶使用感受，藉此讓客戶感受到天明製藥的用心，進而更能夠認同品牌，更願意持續購物。

「如何讓客戶持續地消費，是企業經營終端市場最重要的課題，而 Vital CRM 則是天明製藥在此課題上找到的最有利工具，」王伯綸說，未來天明製藥除了擴大 Vital CRM 應用範圍，更計劃增加 FB 串接服務，與經由網路搜尋而注意到天明製藥的客戶，做更進一步的互動，把握從實體到線上全通路串連的每一筆商機。 



天明製藥將觀光與中醫藥推廣教育結合，每天吸引上百位遊客至天明製藥農科觀光藥廠參觀，再透過專業導覽員向遊客介紹中醫藥的原理與製作流程。（來源：天明製藥）

立即申請試用

