

Share 折價餐券

訂位牆

朋友聚餐

千葉火鍋(南京東尊爵館)
2011-07-25, 18人訂位
為媽媽慶生!

敦堤牛排(大昌尊爵館)
2011-07-29, 6人訂位
劉臭臭生日快樂!!

DOZO創意居酒屋
2011-08-01, 6人訂位
甜甜Brunch!!

華麗狂女士
2011-08-01, 2人訂位

EZTABLE
ENJOY RESERVATION

讓您24小時都可以訂位

三二三網路科技

www.eztable.com.tw

你要在哪裡吃飯？

請選擇...

先看看朋友都吃什麼？

Facebook 登入

讚 8,811 人說這讚。成為你朋友中第一個說這讚的人。

有 552385 個很酷的朋友已經透過我們去吃飯



三二三網路科技總監謝智倫：
「以創新服務的精神，做為企業經營的重要理念，希望藉由科技的力量，提升餐飲產業的服務水準。」

www.eztable.com.tw

線上即時訂位 40 秒搞定

西元 2008 年 4 月，當時全球正陷入一片經濟不景氣中，4 名七年級生危機入市，成立了「三二三網路科技公司」（以下簡稱「三二三」），4 個月後即推出了「易訂網」（eztable.com）餐廳訂位網站；成立至今 3 年，會員數超過 10 萬、年營收突破 2,000 萬元、合作的餐廳數逼近 400 家，事業版圖迅速擴展，是華文地區唯一的餐廳網路訂位平台。過程中，透過景文科技大學育成中心的輔導，得到餐飲學系的協助，了解餐飲市場的 Know-How，建立了方便的線上即時訂位技術、資料庫管理分析系統；除了提供餐飲經營者最直接方便的 e 化流程，也讓消費者獲得另一種更舒適的訂位選擇，只要輕輕鬆鬆，就能在 40 秒內就完成線上訂位。

追求線上訂位快速、標準化

「三二三」的創業團隊包括謝智倫、陳翰林、顏士棋、顏嘉楠 4 位好友，本是認識十多年的彰化陽明國中同班同學，都是「三二三」



↑ 智慧型手機快速成長的使用者，易訂網的網路訂位應用程式，也能下載於手機上，提供方便、多元的訂位管道。

班的畢業生，這就是公司命名的由來。

總監謝智倫表示，創新服務的精神，是企業經營的重要理念，希望藉由科技的力量，建立一套標準化的線上訂位機制，以提升餐飲業的服務水準，也讓消費者在最快速有效的方式下，輕鬆解決人擠人、現場排隊，或打電話一位難求的困擾。

既然可以在網路上訂車票、訂飯店，為什麼不能訂餐廳、訂位子？謝智倫說，「人的一生中，有許多值得慶祝的日子，像是生日、情人節、結婚紀念日等，都會到餐廳聚會，因此讓消費者有一個美好的用餐經驗，就要從最初的訂位方便做起。」

快捷又便利 24 小時不打烊

「懂得吃，哪裡吃，如何吃」，已是全民追求的生活品質，更是一種流行趨勢，易訂網以「Enjoy Reservation」為目標，就是要為消費者提供一個便利快捷、24 小時不打烊的網路訂位平台。「易訂網」提供從餐廳到消費者的垂直型服務，經營會員有成，其中更隱藏了無限商機。

「易訂網」營運獲利模式來自兩方面：一是向業者收取網路系統服務費用，二是透過網站成交的生意，由公司與店家拆帳獲利。對於餐廳經營者來說，易訂網創造了一個新的訂位模式與服務流程，讓餐廳在 E 化的訂位系統幫助下，更有效率的進行管理。因為餐廳經營和企業經營一樣，必須知道許多「Know-how」，才能知己知彼百戰百勝；



↑ 易訂網的行銷人員，不時討論消費者下訂單的流量。



- ◎為目前台灣唯一的餐廳線上訂位網站，並為國際間的旅客降低語言或是各項美食體驗的障礙。
- ◎各餐廳在 e 化的訂位系統幫助下，達成更有效率的餐廳管理。

易訂網與餐廳經營者站在同一陣線，為餐廳帶來客源，餐廳業績自然提升。

對於入選成功案例，謝智倫謙虛表示，除了團隊自身的努力外，景文科技大學育成中心的輔導功不可沒，因為育成中心擷取景文科大餐飲學系的專業知識及綿密人脈，再結合網際網路的應用技術，發展出了一套符合國際規格的訂位服務系統。

專業數據分析 減少入行風險

「易訂網」作為消費者和餐廳之間的橋樑，非常重視顧客滿意度調查，所蒐集到的消費型態資料，比一般大型餐飲企業的資料庫還多，藉由資料分析，讓餐廳經營者更加了解消費者的消費行為。

這種建立資料庫並進行專業數據分析的做法，可提供餐廳經營者改善方向與行銷依據，並幫助餐廳調整經營策略；對於想進入餐飲業的新手，也可藉由易訂網建構的專業數據分析，從最適合的客層進入市場，減少入行風險。易訂網利用網路平台快速傳播的特性，提供消費者連結到餐廳的部落格、官方網站、美食部落客的網誌、美食網站等，大量增加網路訂位機制的使用，讓網路訂位的功能廣泛散布於網路世界，也大大增加了餐廳的曝光率、訂位數，讓業界更加肯定行銷效果。

www.eztable.com.tw

景文育成抬轎 產學雙贏

西元 2008 年 4 月「三二三」成立，同年 8 月「易訂網」上線，至今已累積許多的服務經驗與市場規劃能力，有助於促進餐飲與網路商務的結合。拜科技所賜，智慧型手機推出後，「易訂網」與中華電信 Hami App Store 合作，於 2011 年推出 eztable 網路訂位應用程式。

「易訂網」的創業團隊，只有顏嘉楠是台大資訊工程所畢業，具有資訊專長，顏士棋是交大管科畢業、謝智倫是成大化工畢業，陳翰林在美國加州大學洛杉磯分校取得應用數學系學位。因緣際會，4 人再次相聚、攜手創業。

當時，在長榮化工上班的謝智倫派駐南京，顏士棋擔任台灣博士倫公司業務，顏嘉楠在台大資工所拚畢業論文，陳翰林在德意志銀行做債券分析師。雖然各忙各的，但一直利用網路保持聯繫。

吃的經驗著手 商機大有可為

陳翰林一直有創業夢，他發現台灣沒有像美國新創網站 OpenTable 一類的美食餐廳訂位網站，覺得這個從吃的經驗著手的新生意，大有可為，便詢問老同學是否願意一同創業打天下。

經過長談後，他們觀察發現一般人都是上網找餐廳，再打電話詢問、預訂，「為什麼所有動作不能一次在網路上解決？」於是大家決定放下一切，準備放手一搏。剛從台大資工所畢業的顏嘉楠，便帶著一身軟體技術報到。

大夥迅速集資 50 萬元，開始緊鑼密鼓的籌備。謝智倫說，當時石油化工業的薪資不錯，一年有 23、24 個月薪資，陳翰林分析師的



↑餐廳與易訂網合作，讓顧客可以24小時網路訂位，並在店門口張貼公告貼紙，溫馨提供此服務。

工作，一年也有12、13萬美元待遇，但是大家都懷著創業的理想，想要一展所長，才會放棄原本待遇優渥的工作，共同打拚。

於是大家透過網路聯繫，每週都訂出部分創業藍圖，滿懷衝勁，完全沒有「會失敗」的念頭。以往餐廳訂位，不是透過電話或電子信件，就是客人親自上門訂

位，服務人員再用筆、紙或圖釘等人工方式記錄下來，「易訂網」的網路訂位等於為餐廳開關另一個行銷管道。

餐廳開拓客源 易訂網奠利基

時逢全球金融風暴衝擊，懷抱理想的4個人深信這是「危機入市」的好時機，「在不景氣時代裡，能多帶進客人訂位，基本上就是商機，就是錢在敲門」，陳翰林表示。而且因為消費者荷包縮水，各類餐廳也在找尋開拓客源的方法，讓「易訂網」找到利基。

創業團隊先是租下一戶公寓的頂樓做為辦公室，謝智倫打趣的說，「蘋果電腦是在車庫創業，我們是在頂樓創業。」大家分頭從開發系統、拓展店家、顧客行銷等方面著手。

剛開始沒人知道「三二三」是做什麼的。為了打入餐飲市場，他們從打電話到飯店櫃檯

開始，試著聯繫台北喜來登飯店、亞都飯店等客戶，歷經一個多月的等待，終於獲得喜來登飯店餐飲部的回電，表示願意聆聽簡報，經過詳細說明，喜來登飯店成為最早加入系統的店家。

透過清楚的區域、時段分類搜尋，「易訂網」讓消費者不到兩分鐘，就能找到十幾家價位、交通都符合需求的餐廳。開站3個月，合作的餐廳數達到40多個、網站會員人數突破萬人，也突破千人訂位的里程碑，提供了1200個線上訂位數。

尤其是上線7個月後，已吸引台北喜來登飯店、晶華酒店、君悅飯店、魔法咖哩等近120家台北及桃園地區的餐廳加入，加入使用的消費者會員人數也不斷增加。陳翰林直言，因為「來自易訂網的客戶看得到明顯的成長」。

擴張事業版圖 向專家取經

雖然事業版圖慢慢擴張，但是如何讓餅更大，讓夢想走得更遠，卻不是一蹴可幾的。創業團隊多是工程背景或網路相關科系畢業，對於餐飲業的知識，如流程、服務及需求，都還一知半解。

此外，在B2C電子商務模式下，發生了兩難問題。首先，網路訂位平台需要夠多的餐廳數，才能吸引更多的消費者使用；同時也要有足夠多的會員數、達到足夠的訂位數，才能吸引餐飲經營者加入，如何兼顧，實在傷神。

團隊帶著這些亟待解決問題，去請教一些餐飲業的前輩，在一次拜訪中，得知餐廳老闆是景文科大餐飲系的畢業生，於是有了向景文科大餐飲系取經的想法，輾轉透過育成中心專案經理林秉樺的引薦，見到了當時的餐飲系主任胡夢蕾並當面請益。

2009年1月，「三二三」入駐景文科大育成中心，在此獲得許多實質的協助及支援。期間，與胡夢蕾主任共同合作餐飲系統的開發規

劃，透過產學合作，了解了消費者及餐飲業雙方的需求。謝智倫說，網路訂位是一種消費者行為的改變，需要時間推廣；而透過育成中心與餐飲系的密切互動，有效累積了餐飲相關知識與人脈，並了解到政府計畫的運作模式與生態。

善用政府補助 不必「窮」擔心

此外，政府有許多資源可以利用，在育成中心的協助下，當年3月就取得經濟部商業司協助服務業研究發展輔導計劃案，獲得新台幣50萬元的補助。再者，育成中心協助「易訂網」成立新辦公室，及團購市場的規劃與訂購制度的建立，安排參與經濟部中小企業處創業領航、商機媒合等的展覽，並協助各項創業有關活動的報名申請，如經濟部中小企業處的創新服務憑證、台北市政府創業活動、資策會WEB2.0創業活動等，都幫助經營團隊累不少積實戰經驗。

景文餐飲系已成立10多年，景文科大育成中心也已成立6年，歷屆畢業的學生或廠商，累積下豐沛的人脈；尤其接觸到的廠商如果是景文的畢業生，在溝通介紹「易訂網」時，親切感油然而生，這都是進駐育成中心帶來的意外收穫。



↑ 易訂網經營團隊至育成中心，與餐飲系教授的求教及討論。

育成中心多方協助 指引明燈

另外，經營一家公司，有很多專業的事要做，例如，專利、法務、會計及商標等，育成中心也會幫忙安排講師，或進駐育成中心的專辦法相關廠商，或熟稔的法律事務所，協助解決商標、商標模式專利申請等專業問題，而且價格更為合理。

在育成中心的協助下，「易訂網」將訂位機制建構得更為完善，提供餐廳經營者在「訂位、現場及服務」上，有更好的表現；再透過網路化、系統化及電子化的作業流程，對資料庫進行分析，即可得知消費族群的消費習性、餐廳適合的客群，及可以再開發的客群等。

「易訂網」在完成經濟部2009年協助服務業研究發展輔導計畫後，網路訂位人數明顯增加，每月超過15,000人次，平台上線至今已累積7萬多名會員，且持續增加中。

更重要的是，育成中心持續輔導，協助安排商業周刊、天下雜誌、蘋果日報、聯合報等各大媒體訪問與曝光，增加知名度；並協助參與各大小展示活動、資金媒合，落實產學合作的目標。



↑ 易訂網經營團隊與餐飲業者進行招商說明。

www.eztable.com.tw

導入訂位系統 讓數字說話

「易訂網」以導入餐飲訂位管理系統，建立完整電子化顧客資料為目標，利用雲端應用技術，服務相關餐飲業者。同時，從顧客的訂位行為累積的消費者資料庫，再利用統計技術進行資料分析，這些都是長期被餐飲業者忽略的重要資源。

運用這些經過分析後的寶貴資料，可以進一步達到精準的目標行銷，與顧客關係管理。加入「易訂網」的餐飲業者，透過雲端軟體服務，可以拓展網路族群的新商機，還可以使用像 Gmail 一樣無空間限制的經營軟體，對消費者提供更多元的服務。2009 年初，美國的

OpenTable 無懼金融風暴的衝擊，業績仍持續成長。

客製化訂位系統 闢商機

「易訂網」的營運獲利模式，除了向業者收取每個月 2,000 元到 5,000 元不等的網路系統服務費用外，另外就是透過網站成交的生意，向店家收取「人頭服務費」；如果每月訂位人數達到一個額

度，就改採「吃到飽」的方式，每月繳交固定金額的服務費。

由於台灣現在許多餐廳或飯店 e 化的程度不足，甚至沒有電腦或網路設施，人工記錄成了最常使用的方式，又常因為操作上的失誤，造成客人訂位的不便，因此，替餐廳或飯店量身訂作客製化的訂位系統，也是一門商機。透過「易訂網」幫餐廳建置的專門網路訂位系統，消費者可更便捷地從網路即時得知餐廳最新訂位情況，即時完成訂位。餐廳端有一組帳號、密碼，可以管理訂單、訂位的明細、消費者的資料等。

回溯開發的過程，謝智倫說，當系統完成上路後，他們到處拜訪廠商，卻經常碰壁，但進駐育成中心後，根據餐飲系老師的試用及回應修正，少走了許多冤枉路；例如，在櫃檯部分，服務人員只需要領檯帶位及保留座位的功能，就可以在系統規劃上做簡化；午餐或晚餐時，系統及界面應該越簡單越好，以直觀、易懂、點選的方式操作，而且管理後台方便易懂，也可提高管理效率。這些建議對設計客製化的訂位網頁很有幫助，像瓦城餐飲集團，為了符合其每日關帳的經營模式，系統必須客製化，所以在訂位系統與現行系統的整合上，花了不少時間才研發出專屬系統，方便客人也方便餐廳運作。

分析客群 行銷更有效率

網路服務是未來趨勢，經過統計，九成的上班族認為使用網路比電話訂位好用、方便；四成的消費者在上午 10 點到下午 10 點間，決定用餐地點及時間；「易訂網」24 小時的即時服務，等於是延長訂位時間，讓餐廳訂位不漏接。

經由分析、收集到的客戶資料，「易訂網」發現，台北的消費族群愛吃泰國料理勝過日本料理，且目前網站會員的平均年齡 29.5 歲，對網路的依賴性很強，且以上班族女性為主，平均訂位 3.7 至 4 人次。



↑ 易訂網參加經濟部商機媒合展等各大展覽，增加曝光度，也展現團隊創意。



↑在 2011 IDEAS Show 網路創意展上，易訂網獲得遠傳企業獎，再度展現團隊的創意，令人驚豔。

謝智倫說，「這個平台對秘書來說相當方便，可能是幫主管選餐廳或者同事聚餐，回訂率比較高，」對於有語言障礙或聽力障礙的消費者來說，「線上訂位也可免除他們電話預約的困擾。」

經由整合餐廳線上與電話訂位管理，建立的資料庫，將來能夠分析客群，鎖定更有效率的行銷目標。

「易訂網」希望建立一套標準線上申請機制，業者可以直接上傳照片、設定訂位參數、填寫基本資訊，透過網路快速散布的能力，讓想要使用網路訂位工具的餐飲業者，能在線上直接申請操作。

同時，也能啟動後台管理系統，包含桌位管理、訂位管理、消費者滿意度問卷管理、顧客關係管理等，都可一網打盡，也可讓遠在不同地區的業者，輕易方便的使用網路訂位服務，加快網站內餐廳數量的增加。

創投帶來的不只是資金

對於創業團隊來說，他們有著年輕人的熱誠與工作態度而且素質整齊，因為營業模式清楚，從草創時期的 50 萬元，到開發期間，得到兩輪創投資金挹注，挹注讓團隊擴張時所需

要的人力成本，公司也從草創時的 4 人，擴充到現在的 20 多人，今年還將擴充到 30 人。

其中，AppWorks 參與「易訂網」的增資計畫，看上的就是「易訂網」開業才短短兩年，每月就可以幫上萬名客人解決訂位問題、幫上百個餐廳解決客戶資源的管理。陳翰林還認為，創投帶來的不只是資金，還多了可以專業諮詢的對象，一起開發更多的新點子。

「易訂網」在事業開發上也大有突破。2009 年初，曾被天下雜誌列為當年網路創新具發展潛力的公司之一；同年底，網站會員突破 5 萬人次，並與瓦城餐飲集團、鼎王餐飲集團正式合作；2010 年 2 月，達到損益兩平，開始獲利。

「易訂網」還充分發揮原生的網路特性，上網到各美食版、熱門討論區、部落格宣傳，技巧性地推薦網友餐廳，廣為介紹訂位服務，讓網路訂位的功能普遍的散布於網路世界，大量增加餐廳的曝光率與網路訂位機制的使用。

行銷上，「易訂網」還利用會員信、EDM 及簡訊服務，篩選式的發送訊息，針對族群精準行銷，或是利用 Facebook、Plurk、MSN、Twitter 等，統統一網打盡。例如在 Facebook 社群平台上，利用遊戲與互動應用程式，將網路訂位的功能與概念，透過社群網路平台快速傳播，累積網路訂位使用的族群。

手機通路 取代傳統行銷模式

此外，因為 Android、Windows Mobile、iPhone 等智慧型手機使用者快速的成長，將網路訂位的應用程式下載於手機上，提供更方便、更多元的訂位服務與管道，也藉由手機通路將優惠促銷等訊息更加準確的曝光，達到目標行銷的目的。

「易訂網」的企業文化崇尚的是「隨興與自由」，不喜歡制式化



↑以「Enjoy Reservation」的精神為標竿，易訂網目標是為消費者提供了一個快捷、便利、24小時不打烊的網路訂位平台。

的工作形態，而是追求一種多元的存在價值。

辦公室內一張長型大桌子，放著 10 多部筆記型電腦，幾名員工緊盯著電腦，彼此互動不多，但是團隊之間充滿彼此了解的默契，讓整個工作氣氛非常和諧。公司允許員工每週一天的上班日作為發想日，讓每個員工的創意能夠不斷延伸，研發自認為對網站有幫助的軟體或程式。這些發想，對於「易訂網」的發展，絕對是大有助益。

事實上，「易訂網」2010 年營收就高達 2,000 萬新台幣，2011 年還因垂直型服務經營會員有成，獲得年度網路創業之星 NeoStar 新創獎應用服務類獎項。業務推廣也從登門拜訪，到現在已有飯店業者主動聯繫合作，漸漸走出一條康莊大道。

去年，三二三在研究會員使用行為時，發現消費者多半在「重要節日」會先訂位，且 3 成消費者會同時購買蛋糕或花束，於是「易訂網」與飯店聯名推出「訂購蛋糕」的加值服務，推出不到 1 個月，就有超過 300 個訂單，花束訂購也秀出好成績，成功開創另一條生意管道。

重塑企業識別系統 建立新形象

為了全力衝刺，「易訂網」在服務上做了許多提升。結合新的使用者經驗、社群化、新

的服務內容，2010 年底將原本走可愛路線的 LOGO，經由企業識別系統（CIS）設計，改為更具質感的品牌新形象，為開創海外市場做準備。

目前，「易訂網」的餐飲訂位系統已提供了近 400 家餐廳網路訂位的服務，每個月超過 15,000 人次透過此平台訂位用餐。但是，他們想進軍海外市場的企圖心很強，透過網路無國界的特性，將陸續推出多語言的版本，跨足海外市場，全面建立餐飲網路訂位品牌與形象。

2011 年 7 月底的 IDEAS Show 網路創意展上，「易訂網」獲得遠傳企業獎，再度展現團隊的創意，令人驚豔。謝智倫說，團隊未來也將朝餐飲軟體開發商的領域邁進，在現有電子商務的環境優勢下，發展成為餐飲產業 E 化軟體的軟體開發品牌。

此外，「易訂網」計劃複製訂位模式到雲端版訂房系統、醫院或診所網路掛號預約系統、SPA 美容預約服務等，並且將餐廳訂席中心服務納入，當顧客需要喜筵、聚餐、尾牙等服務時，即可提供客製化的餐廳訂位顧問。「易訂網」還計劃在促進台灣餐飲產業國際化上，透過多語系的網路訂位工具，吸引國外的旅客與商務人士，克服語言障礙，容易且方便的嘗試不同餐飲美食，同時向國際介紹台灣的美食文化，讓餐飲網路訂位的行為模式，成為每個人用餐過程中的一環。

「易訂網」以創新服務的精神作為企業經營理念，藉由科技的力量提升餐飲產業的服務水準，目前是台灣唯一、也是華文地區唯一的餐廳網路訂位平台。

作為消費者和餐廳間的溝通橋樑，「易訂網」強化了顧客滿意度調查資料與資料分析，讓餐廳經營者更加了解消費者的想法，而有了改善的方向與行銷依據。作為餐飲服務的創新模式，營運模式已有獲利成效，值得其他育成中心學習外，也是這次雀屏中選 15 家優質企業案例的主要原因。

培養企圖心 闖出一片天

——景文科技大學育成中心前研發長 黃景東

「易訂網」經營團隊一路走來，表現可圈可點，也可以讓就讀景文科大年輕學子從他們身上學到創業精神及創業靈感，從培養企圖心著手，試著從評估及降低風險上，走出另一條自己的路。

景文科大育成中心提供的援助及資源，加上景文餐飲系主任胡夢蕾的傾囊相授，透過產學合作模式，把包括餐飲事業的營運流程、所需功能的深度廣度，給予精確建議與指導，讓經營團隊了解餐飲市場上，顧客與餐廳業者兩造的需求。



當網路訂位系統收集到足夠數量的消費者用餐紀錄，即可透過記錄研究消費者整體的行為模式，分析餐飲產業趨勢，這份研究報告將有助於產業發展。不過，這些資料的應用，要注意侵權及個人隱私的問題。

例如，新力把一些客戶的資料做加值服務，結果引發觸犯個人隱私的爭議，「易訂網」若要將這些資料活用，也可能會遭遇侵害智慧財產權、商標權及個人資料隱私問題。

如今 Google Phone、iPhone 及 Android 風行，如果手機有 LBS (Location Base Service)，可以獲取行動用戶位置，在電子地圖平台協助下，知道使用者位在何處，再根據其位置，提供附近有那些優惠或打折的餐廳廣告訊息服務。但是這個服務可能會遭遇「你在那裡？」即曝露使用者行蹤的隱私問題。總體來講，「易訂網」可以用這些數字挖掘出有用的訊息，但是不能涉及個人隱私。

三二三網路科技 企業檔案

產業別	電子商務業		
成立時間	2008年4月	負責人	謝智倫
地址	新北市新店區安忠路99-1號2樓		
電話	02-86663698	傳真	02-82123200
產品、營業項目	網路訂餐平台		
網址	www.eztable.com.tw		
培育單位	景文科技大學育成中心		
進駐時間	2009年1月1日	畢業時間	進駐中

公司沿革

- 2008年8月，eztable易訂網正式上線。
- 2008年10月，與連鎖餐飲集團合作。
- 2009年1月，進駐景文科技大學育成中心。
- 2009年1月，接受天下雜誌專訪，列2009年網路創新具發展潛力公司。
- 2009年3月，獲經濟部商業司協助服務業研究發展輔導計畫補助。
- 2011年3月，經濟部商業司藍海商機專訪。

事業結構	進駐時	2010年
資本額	50萬元	1,000萬元
年度營業額	425萬元	4,350萬元
獲利率	5%	25%
員工數	3人	15人
人均產值	80萬元	290萬元
年度採購金額	—	—