

110年公共運輸規劃競賽

客運點點行

手機點一點 帶你行到各個點

洪紫恩 黃家琪 王寶儀 陳瓊雯



數位轉型

- 提倡無紙化
- 數據自動彙整
- 整合客運資訊



- 8月開始試營運
- 免排隊線上訂票
- 出示QRcode即可登車
- 省去取票與排隊的時間
- 收入來源為10元手續費(張)

2019問世

基本資訊

<會員數>

166,561筆會員數據

<售票數>

370,151筆售票數據

數據日期：2019/9~2021/3





全台唯一客運整合購票APP

集結11家客運業者

掌握全業者即時資訊

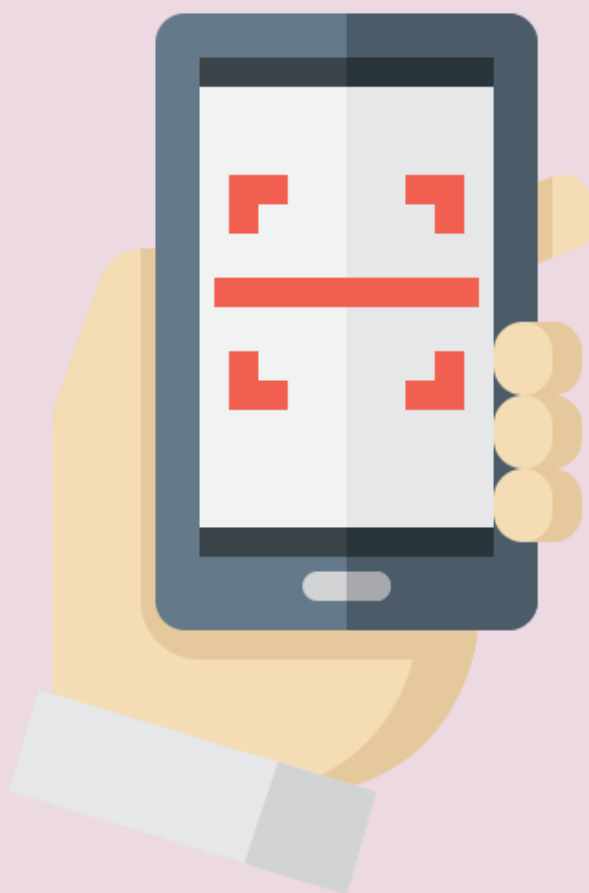
整合三種支付模式

一個平台、一票到底、一碼通行



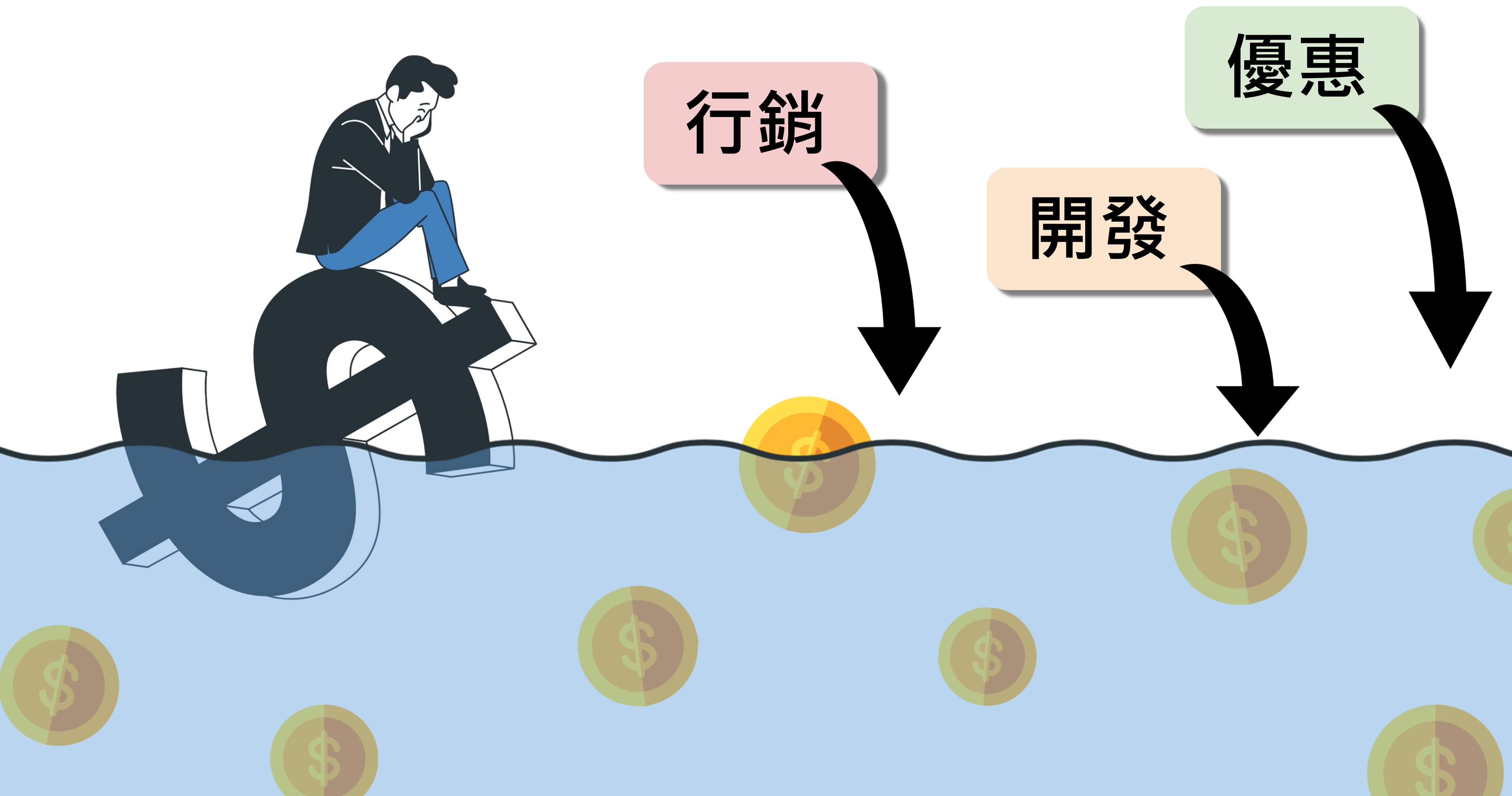
→ 宣傳效果不佳

→ 掃描設備不穩定



客服互相踢皮球





行銷

開發

優惠



問題出在哪！？

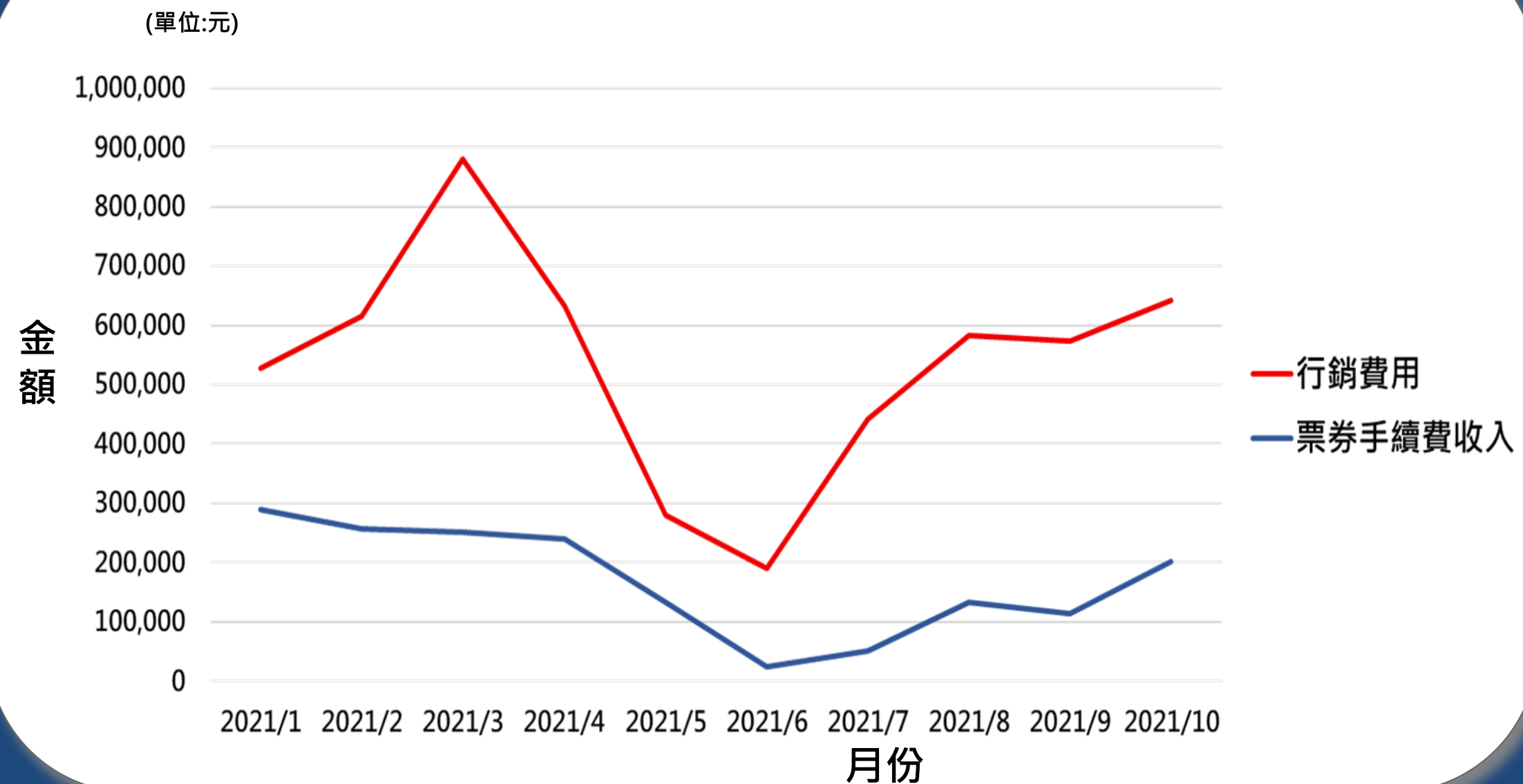
民眾的使用感受不佳



民眾的使用感受不佳



業者入不敷出



民眾願意使用

公司收支平衡

成功數位轉型

達成乘車無紙化

如何改善才可以實現理想呢？

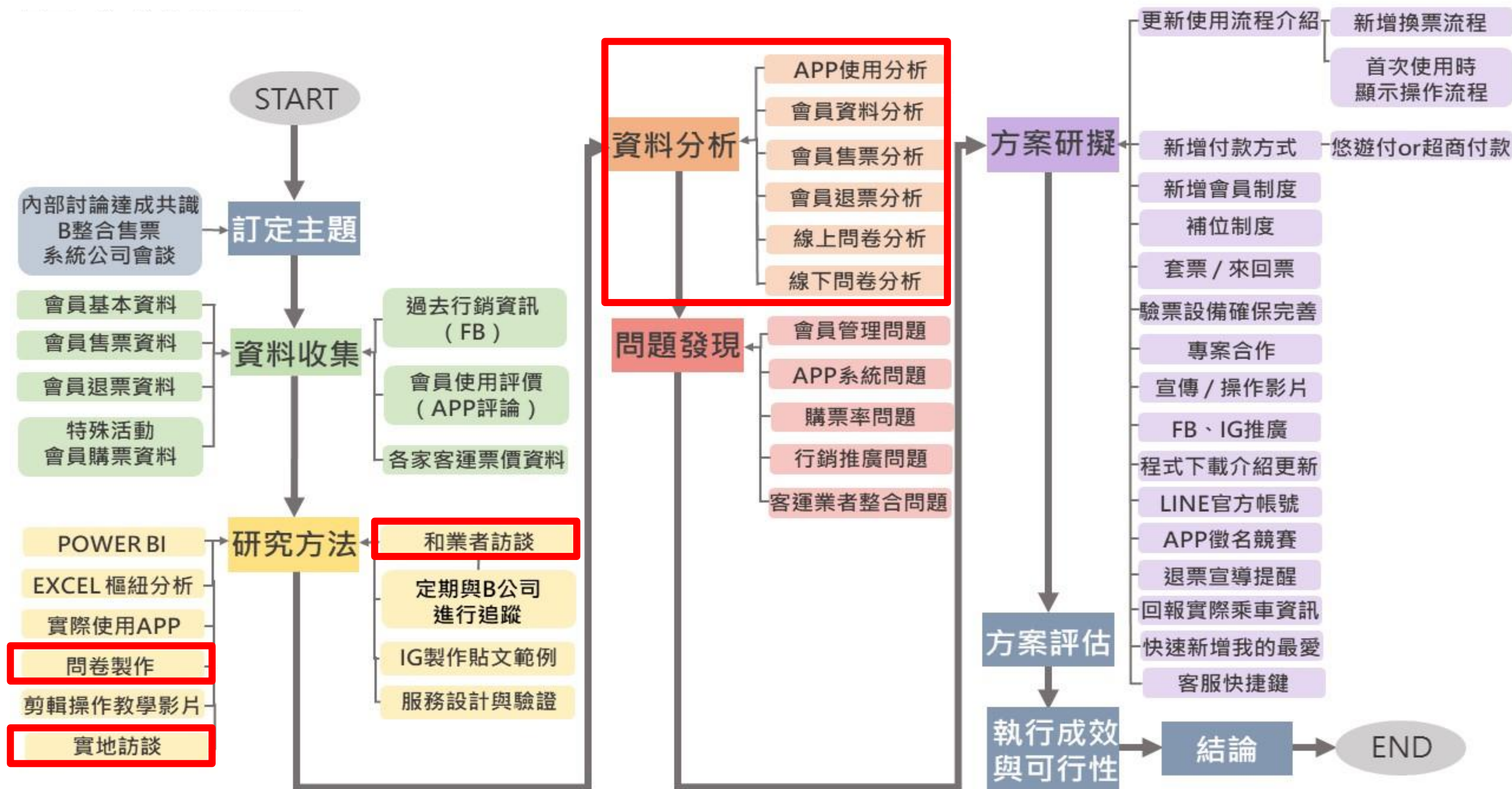




研究流程

2.1 研究流程圖

11



2.1.1 數據分析(資料時間2019/09-2021/3)

12

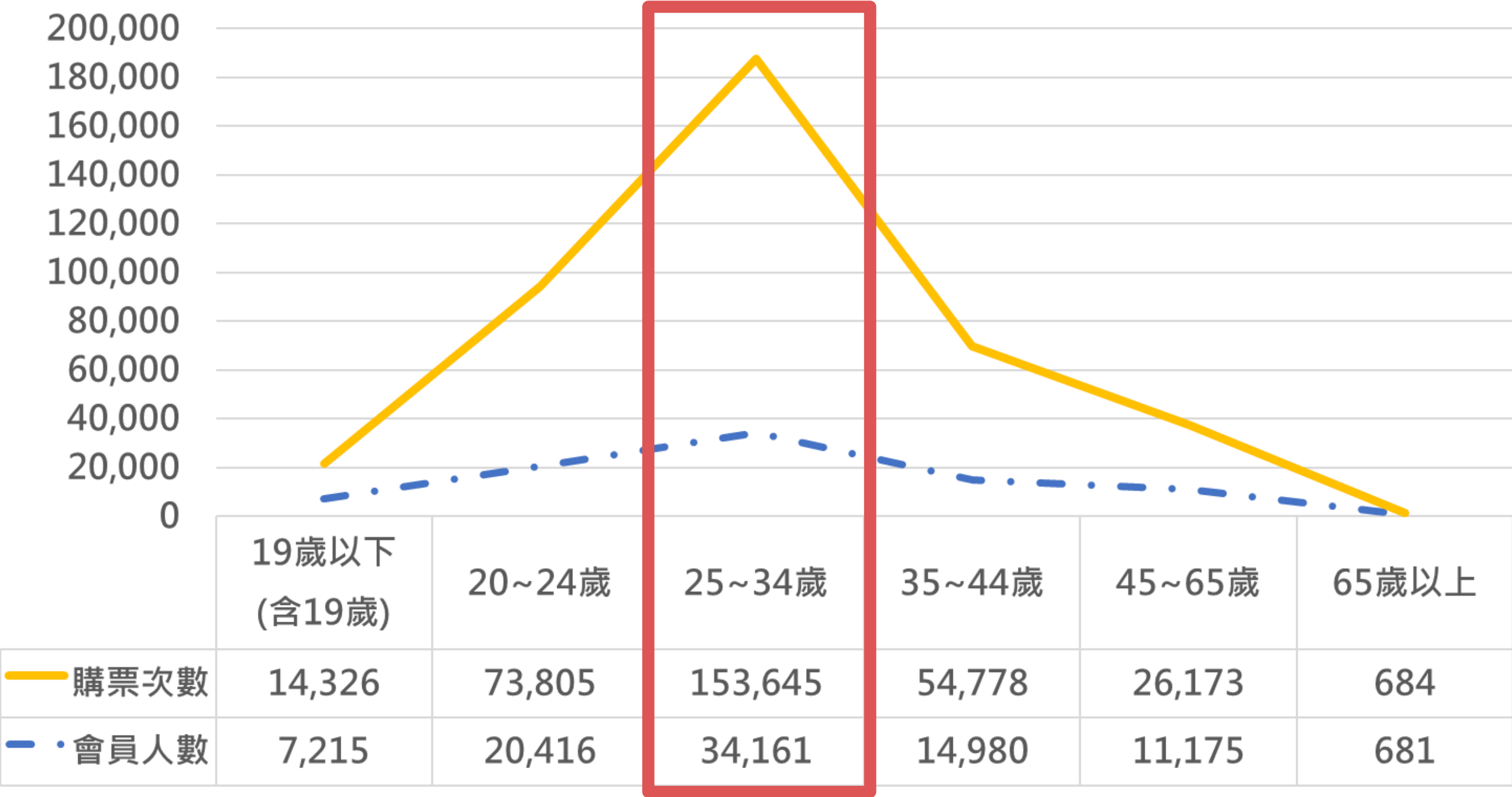
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
1	客運業者	業者名稱	原主檔代碼	退票時間	支付方式	票號	票價	退票手續費	退票處理費	票種	起區	起站	訖區	訖站	會員帳號
2	000001	統聯客運	1061912312311	2019/12/31	Cdt	1191231	275	5	10	全票	臺北市	臺北轉運	臺中市	中清	5033740
3	000001	統聯客運	1061912300451	2019/12/31	Lnp	1191230	260	5	10	全票	臺中市	朝馬	臺北市	臺北轉運	8047352
4	000001	統聯客運	1061912312159	2019/12/31	Lnp	1191231	375	5	10	全票	新北市	林口	彰化縣	萬興	469793
5	000001	統聯客運	1061912312159	2019/12/31	Lnp	1191231	375	5	10	全票	新北市	林口	彰化縣	萬興	469793
6	000013	和欣客運	19C2AHDK4X	2019/12/31	Lnp	WD36ISC	475	10	10	全票(三)	臺北市	臺北轉運	臺南市	麻豆轉運	2237853
7	000003	葛瑪蘭客運	5df8e9a038da4	2019/12/31	Lnp	R017005	143	0	10	全票	宜蘭縣	羅東轉運	臺北市	臺北轉運	8693189
8	000003	葛瑪蘭客運	5df8e9a038da4	2019/12/31	Lnp	R015005	143	0	10	全票	宜蘭縣	羅東轉運	臺北市	臺北轉運	8693189
9	000001	統聯客運	1061912260657	2019/12/31	Lnp	1191226	460	10	10	全票	臺北市	臺北轉運	臺南市	麻豆轉運	2237853
10	000013	和欣客運	19C21IT1MV	2019/12/31	Lnp	WD03GS	630	10	10	全票	高雄市	高雄火車	臺北市	臺北轉運	2237853
11	000001	統聯客運	1061912061139	2019/12/31	Lnp	1191206	590	10	10	全票	高雄市	高雄火車	臺北市	臺北轉運	6038781
12	000001	統聯客運	1061912250136	2019/12/31	Lnp	1191225	535	10	10	優惠全票	臺北市	臺北轉運	高雄市	高雄火車	7363567
13	000001	統聯客運	1061912311341	2019/12/31	Cdt	1191231	400	5	10	優惠全票	臺北市	臺北轉運	嘉義市	嘉義轉運	5515097
14	000013	和欣客運	19C1PCCNZC	2019/12/31	Lnp	WD44IS	265	5	10	全票(三)	臺北市	臺北轉運	臺中市	朝馬	5718227
15	000013	和欣客運	19C1PCCNZC	2019/12/31	Lnp	WD44IS	265	5	10	全票(三)	臺北市	臺北轉運	臺中市	朝馬	5718227
16	000001	統聯客運	1061912312026	2019/12/31	Lnp	1191231	300	5	10	全票	臺中市	台中火車	臺北市	臺北轉運	2801638
17	000001	統聯客運	1061912291914	2019/12/31	Lnp	1191229	300	5	10	全票	臺北市	臺北轉運	臺中市	台中火車	9300290
18	000001	統聯客運	1061912270746	2019/12/31	Cdt	1191227	275	5	10	全票	臺北市	臺北轉運	臺中市	水湳	10131
19	000001	統聯客運	1061912311611	2019/12/31	Lnp	1191231	260	5	10	全票	臺北市	臺北轉運	臺中市	朝馬	8123121
20	000013	和欣客運	19C3F1RB8U	2019/12/31	Lnp	WD63GS	265	5	10	全票(三)	臺中市	朝馬	臺北市	臺北轉運	3272402
21	000013	和欣客運	19C3UR5K8P	2019/12/31	Lnp	WD64DG	245	5	10	促銷票(三)	臺北市	臺北轉運	臺中市	朝馬	3272402
22	000001	統聯客運	1061912282056	2019/12/31	Lnp	1191228	270	5	10	全票	臺南市	麻豆轉運	臺中市	台中火車	878022
23	000001	統聯客運	1061912182145	2019/12/31	Jko	1191218	260	5	10	全票	臺北市	臺北轉運	臺中市	朝馬	8703403
24	000001	統聯客運	1061912291451	2019/12/31	Lnp	1191229	300	5	10	全票	臺北市	臺北轉運	臺中市	台中火車	8152513

售票數 370,151 筆

會員資料 166,561 筆

2.1.1 數據分析(資料時間2019/09-2021/3)

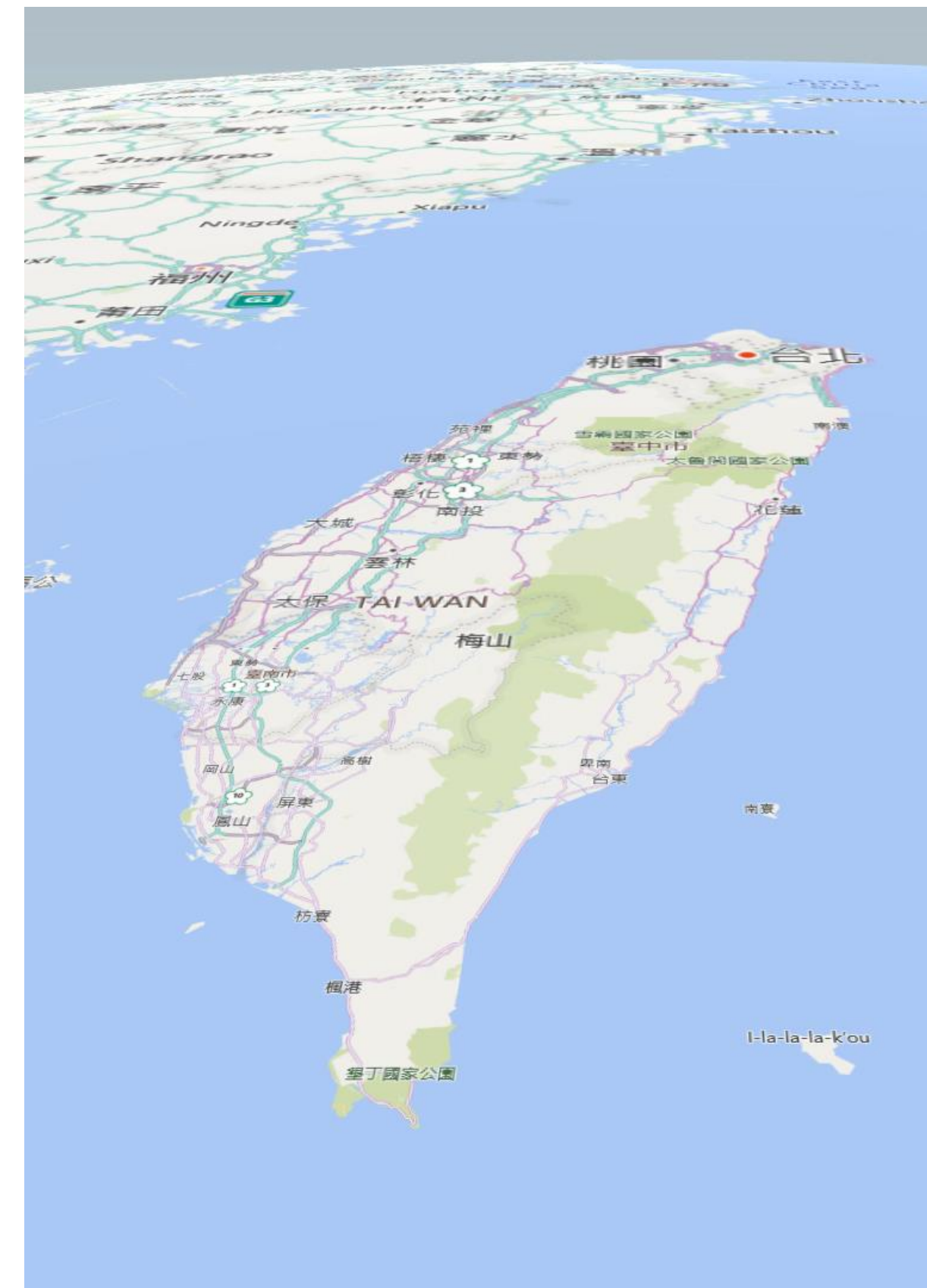
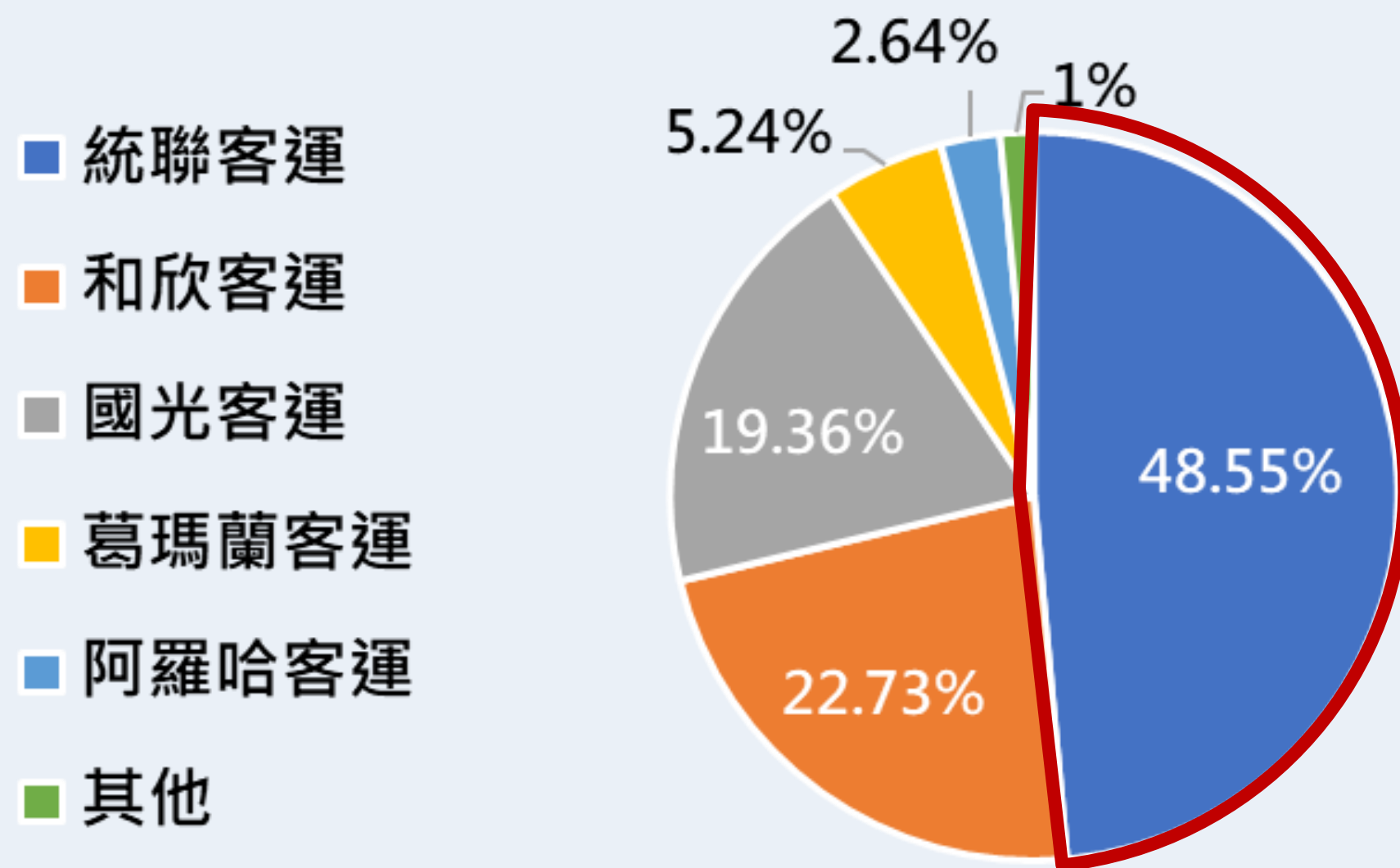
各年齡區間購票次數



2.1.1 數據分析(資料時間2019/09-2021/3)

14

各家客運業者售票比例



2.1.2 問卷調查

15



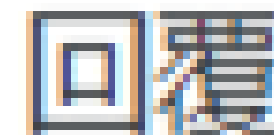
臺北轉運站TBS APP之使用調查問卷 最終版



問題

回覆

5,629



5629

第 1 個區段，共 6 個

臺北轉運站TBS APP之使用調查問卷

您好，我們是逢甲大學運輸與物流學系的學生，目前正在進行客運整合APP的相關議題探討，期望透過此研究，可以提供更加完善與便利的服務，感謝您願意填答問卷，讓我們有更多資訊可以去完成改善。

臺北轉運站TBS介紹

TBS臺北轉運站APP於2019年開始營運，目前為國內第一套功能完整的客運售票整合系統。在執行上已和11家客運業者進行整合，同時販售多種旅遊套票，包括109年台南國慶焰火雙層專車、109年高雄跨年煙火專車、110年武陵櫻花接駁專車等。

\ 問卷連結 /



2.1.2 問卷調查

5,629

收集問卷數

4,305

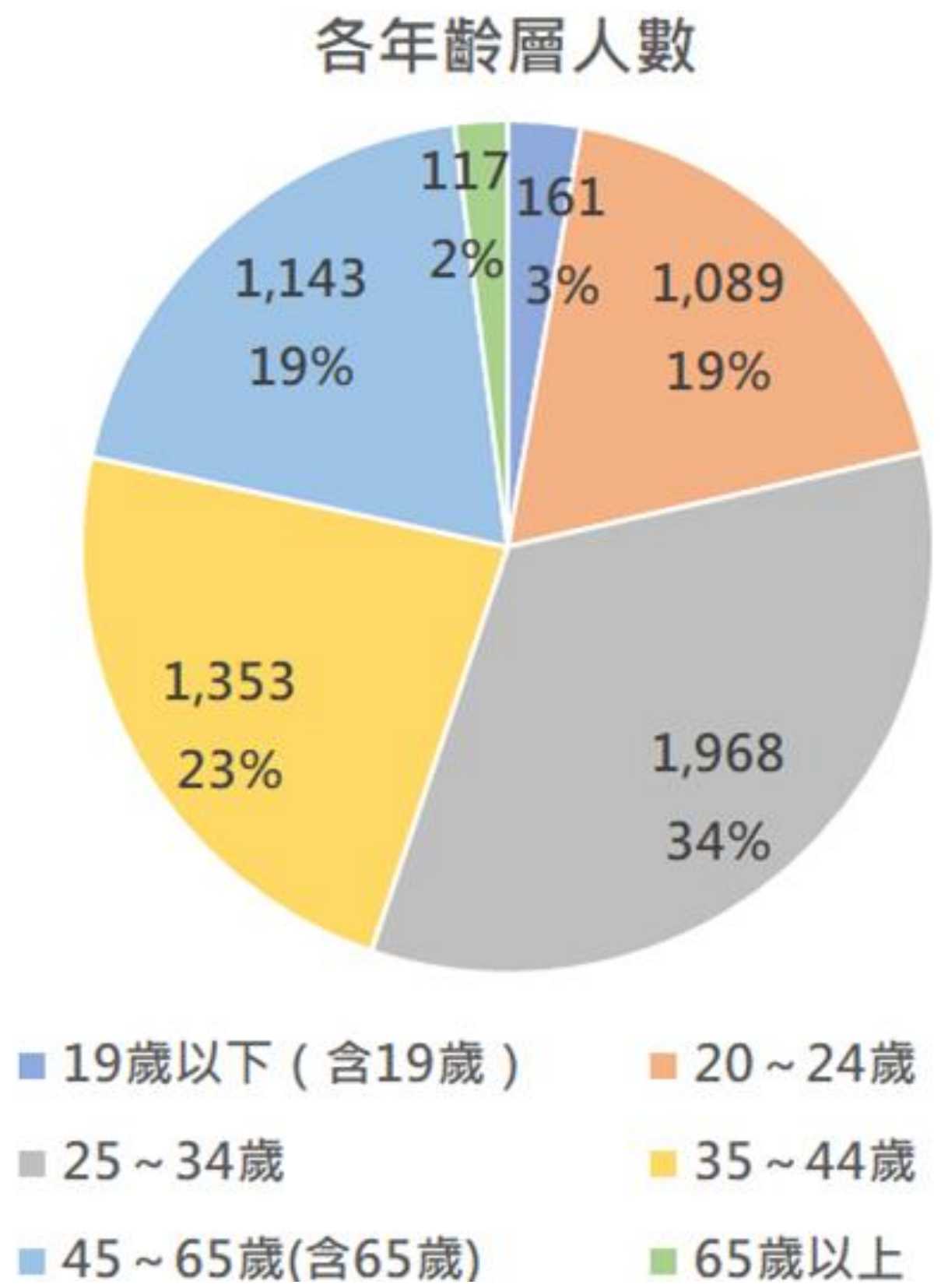
使用過APP人數

1,271

未使用過APP人數

53

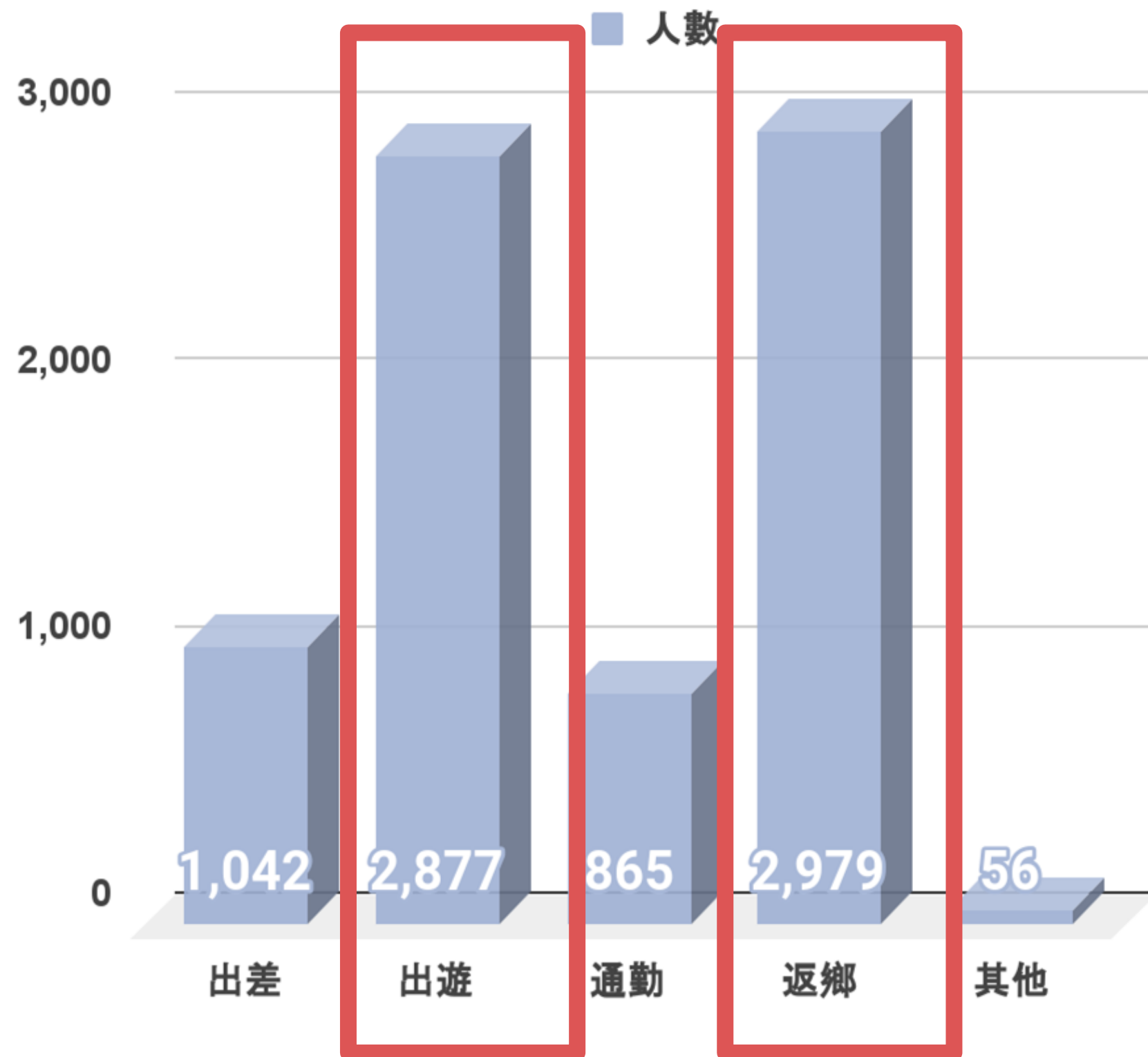
無搭乘客運習慣



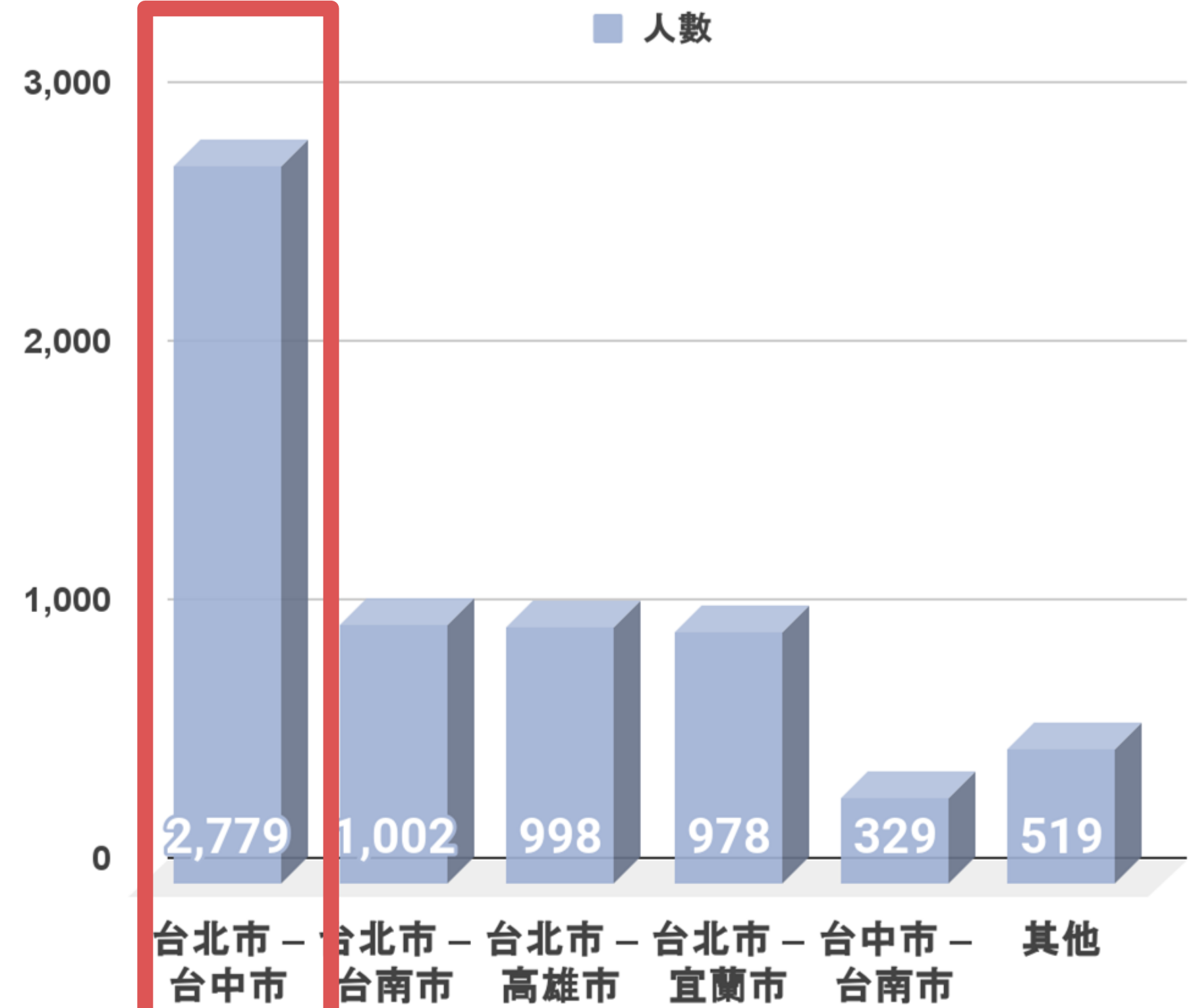
2.1.2 問卷調查

17

主要搭乘客運目的



主要搭乘的區間路線



2.1.3 實地訪談

18

實際詢問 128 位民眾
從中獲得更多想法



2.1.4 業者訪談



從中找尋解決問題的方式

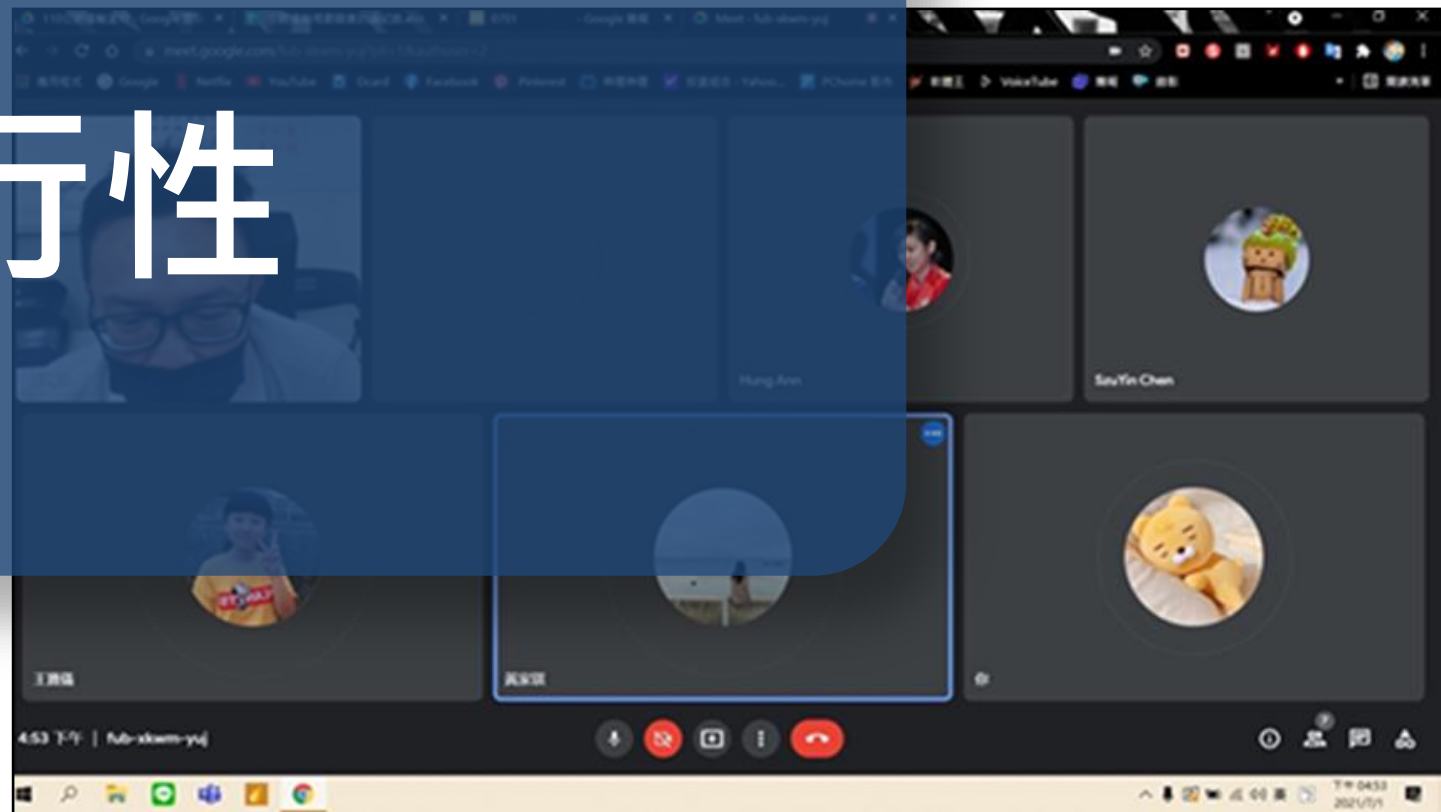
2次
實體開會



5次
線上開會



確認方案可行性



BUS STOP

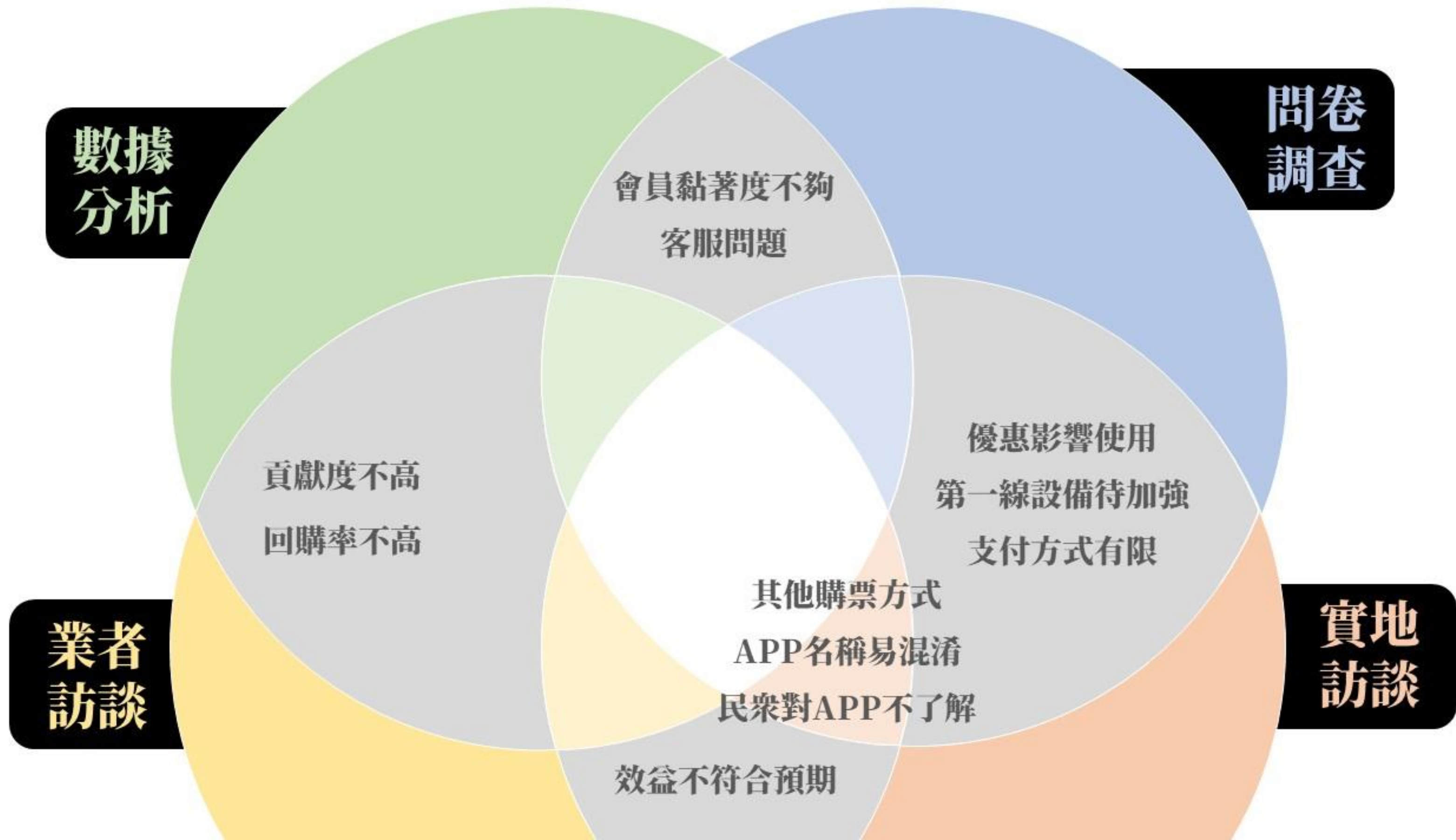
2

課題方案研擬



3.1 課題研擬

21



3.1 課題研擬

22

購票率課題

1

客運業者課題

2

行銷推廣課題

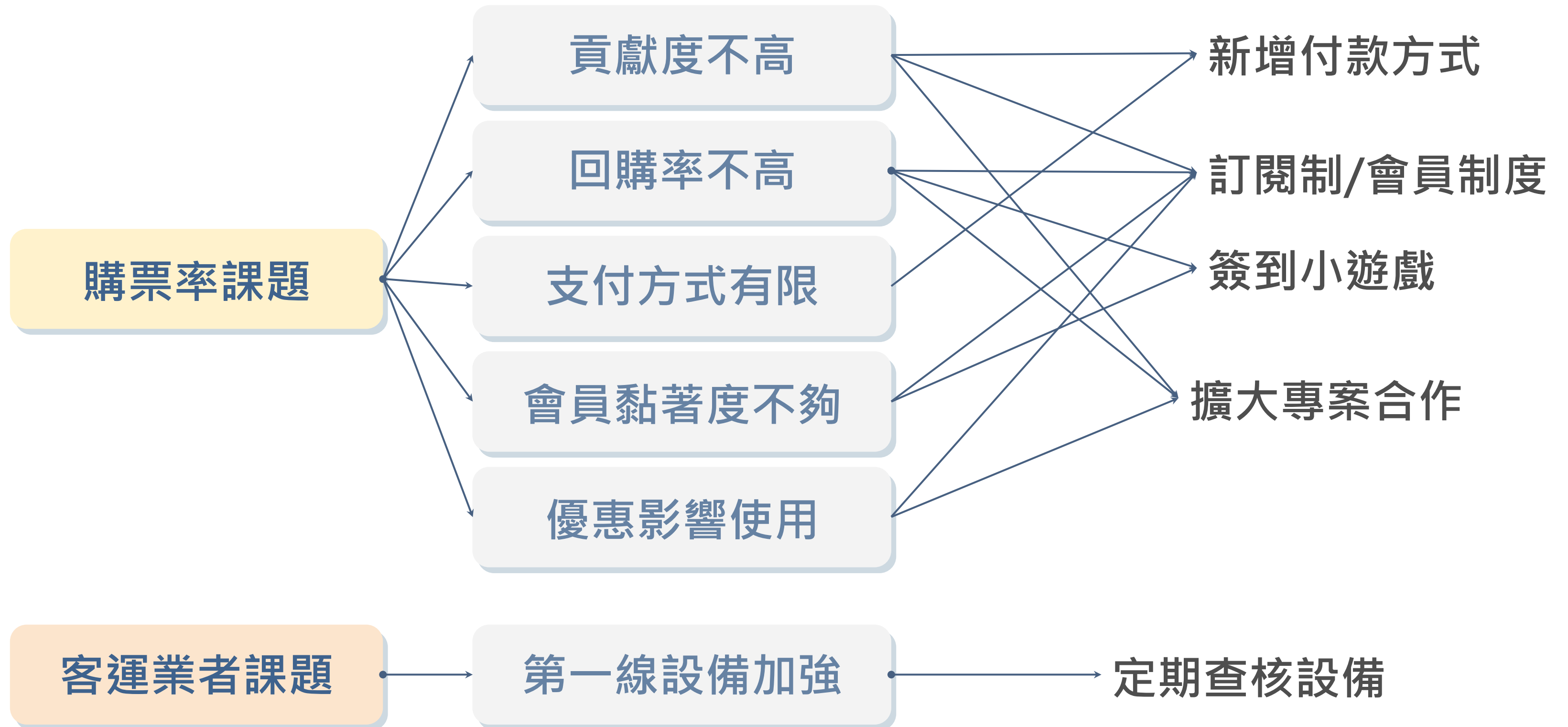
3

民眾感受課題

4

3.2 購票率課題

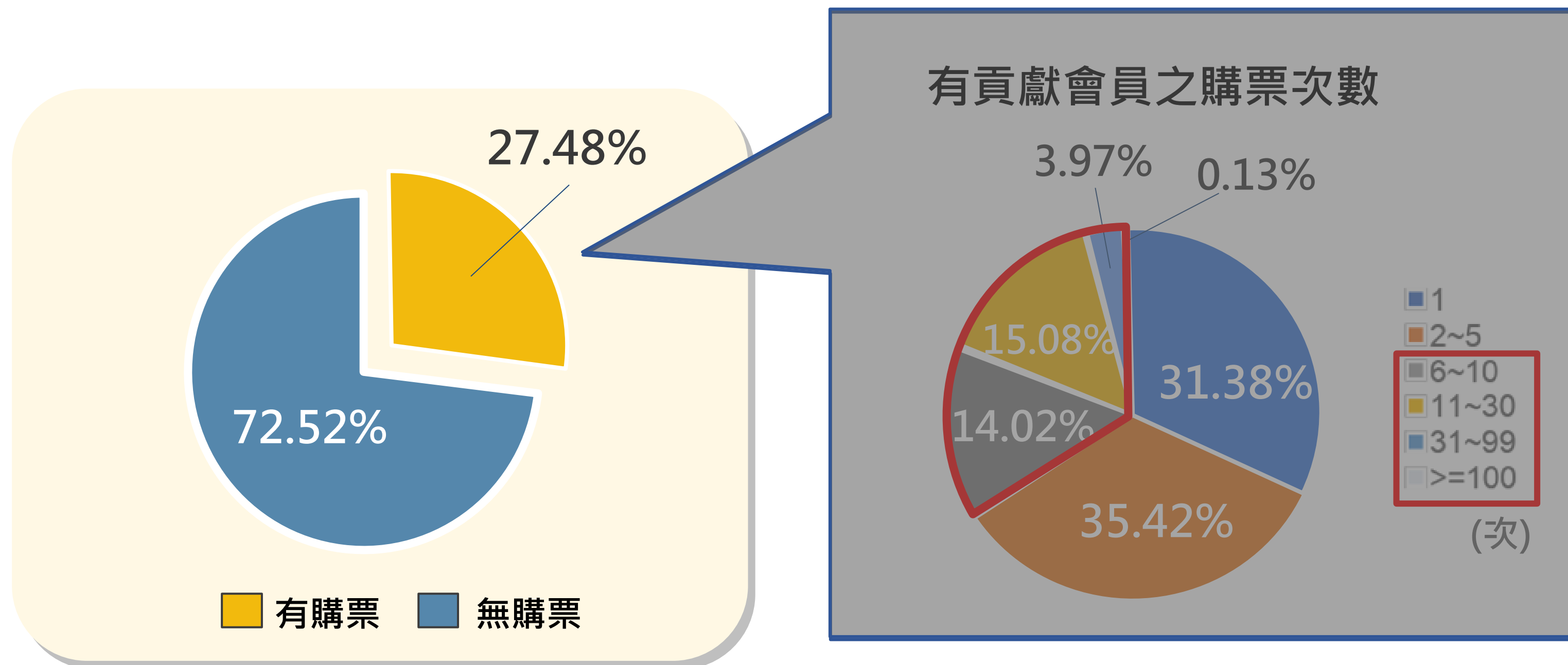
23



3.2.1 貢獻度不高

24

購票率

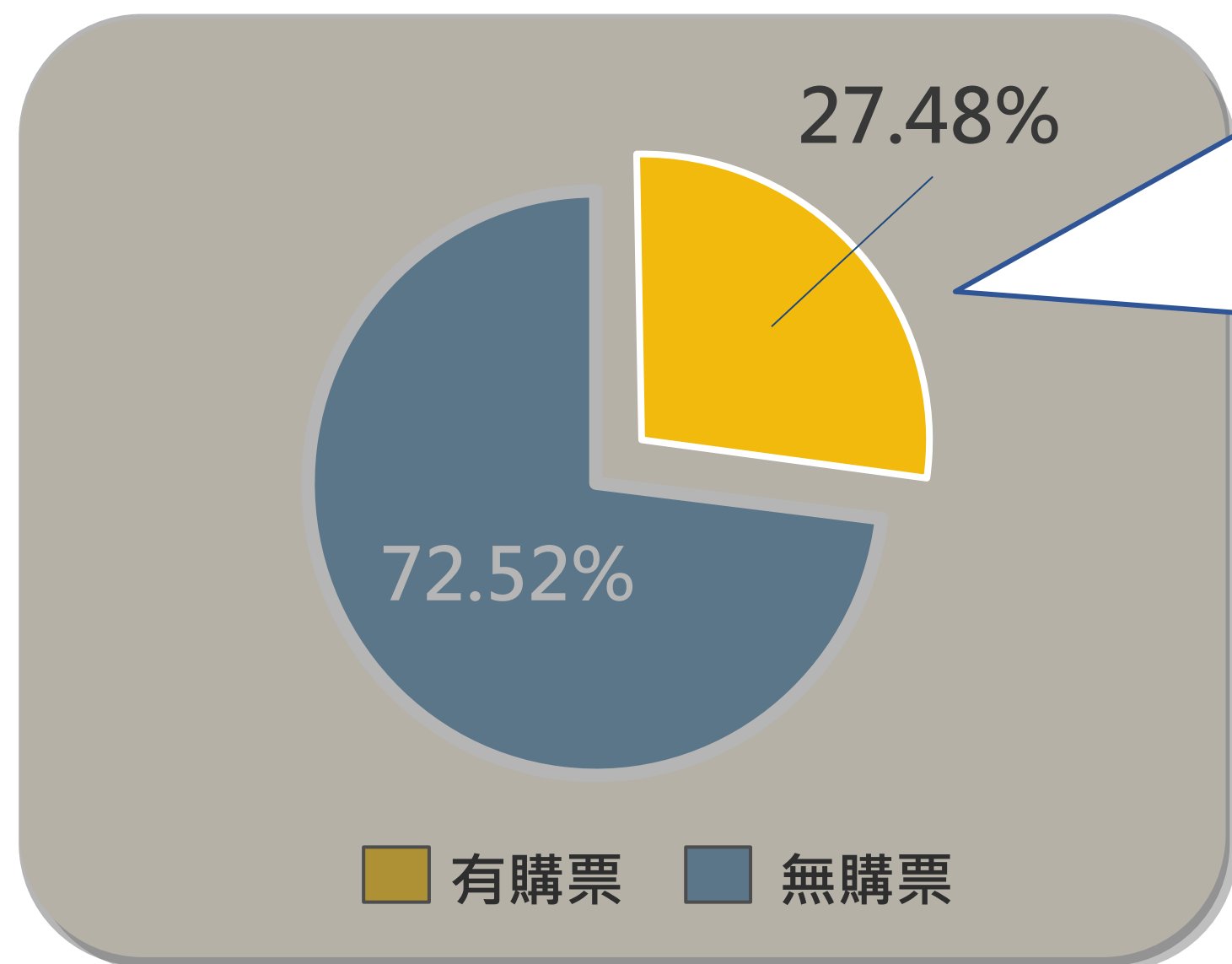


有購票會員約佔整體會員三成，購票超過五次的會員只佔有購票會員三成
總會員數約16萬人，但有貢獻會員總人數僅有約1萬5千人。

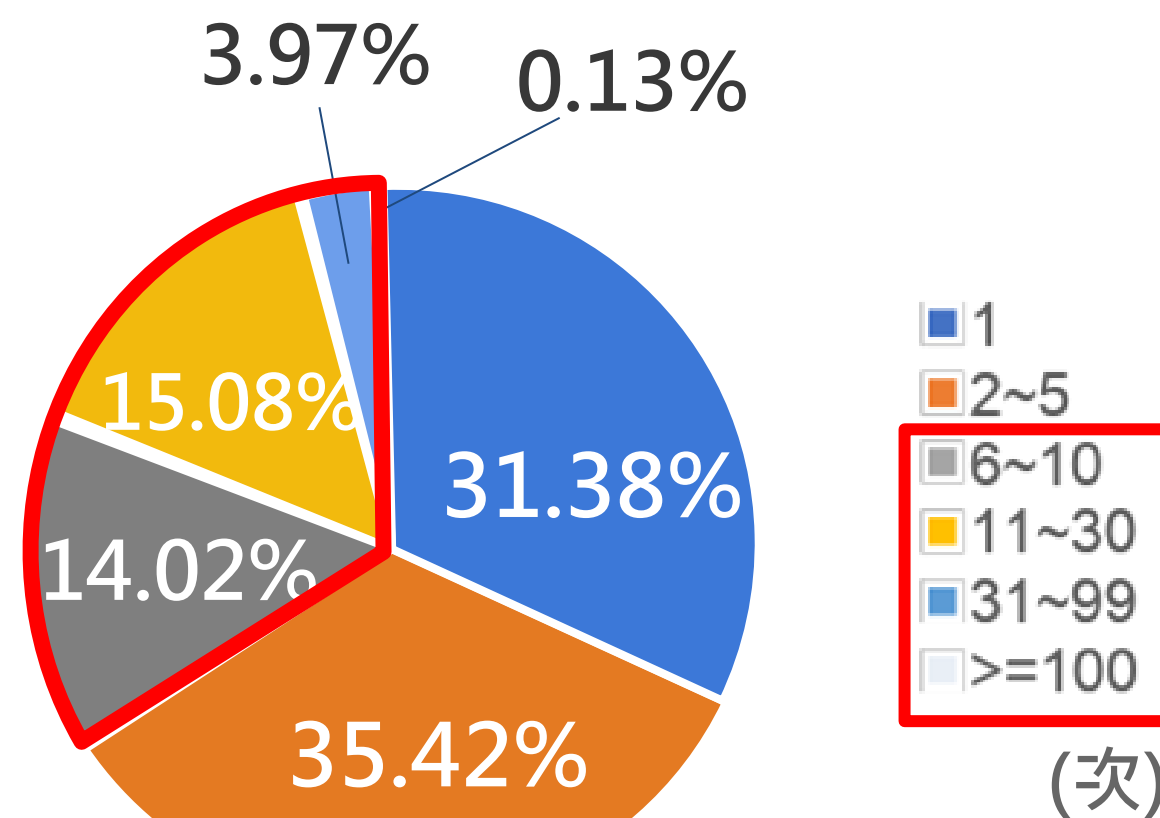
3.2.1 貢獻度不高

24

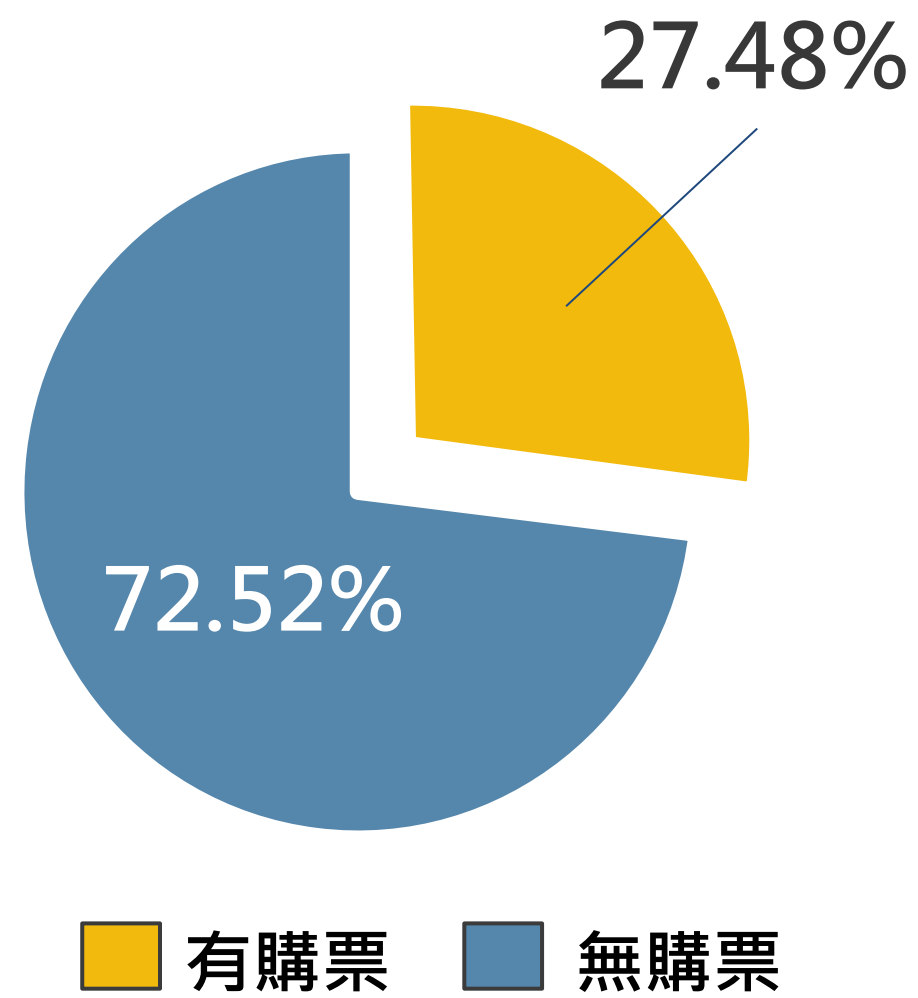
購票率



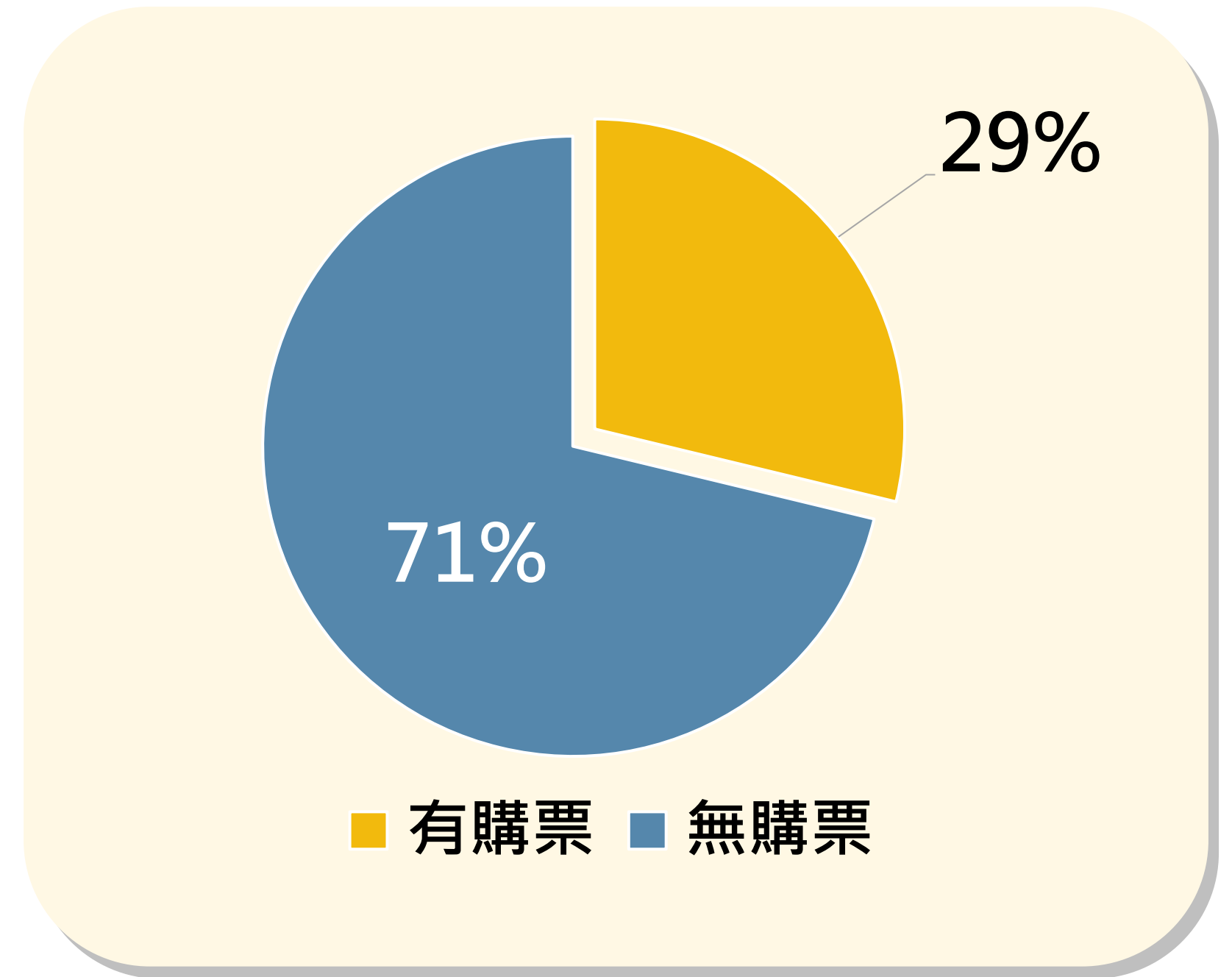
有貢獻會員之購票次數



有購票會員約佔整體會員三成，購票超過五次的會員只佔有購票會員三成
總會員數約16萬人，但有貢獻會員總人數僅有約1萬5千人。

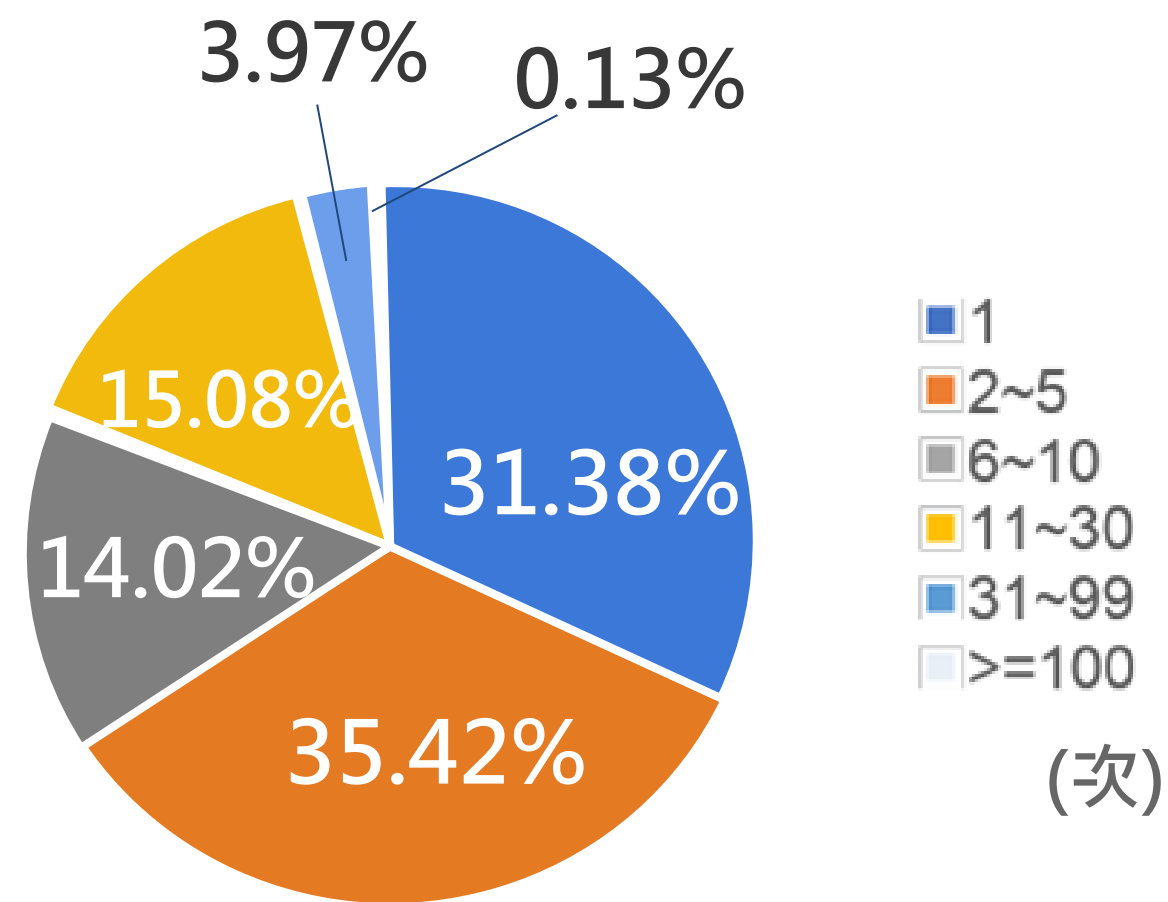


數據時間：2019/9~2021/3



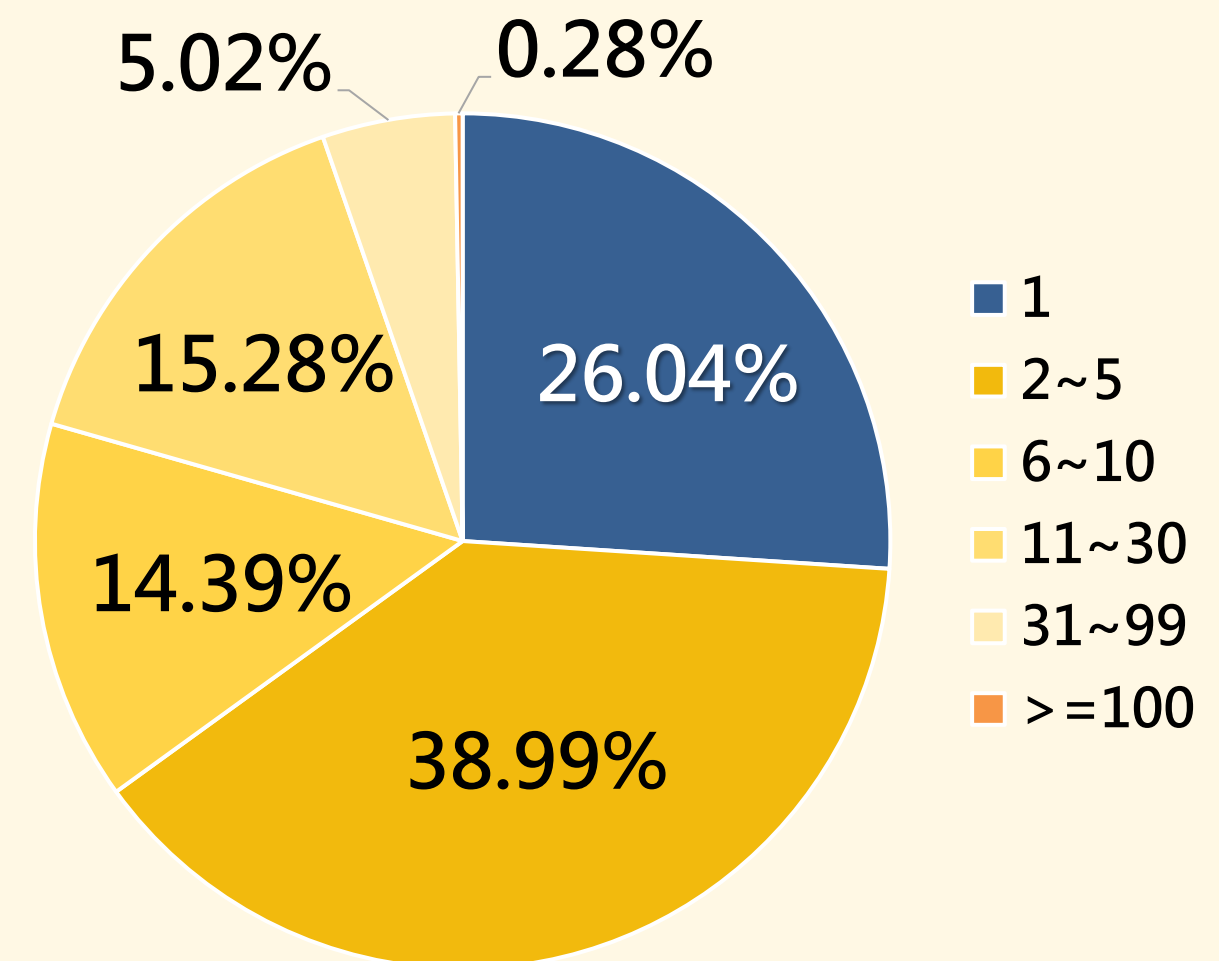
數據時間：2019/9~2021/10

有貢獻會員之購票次數



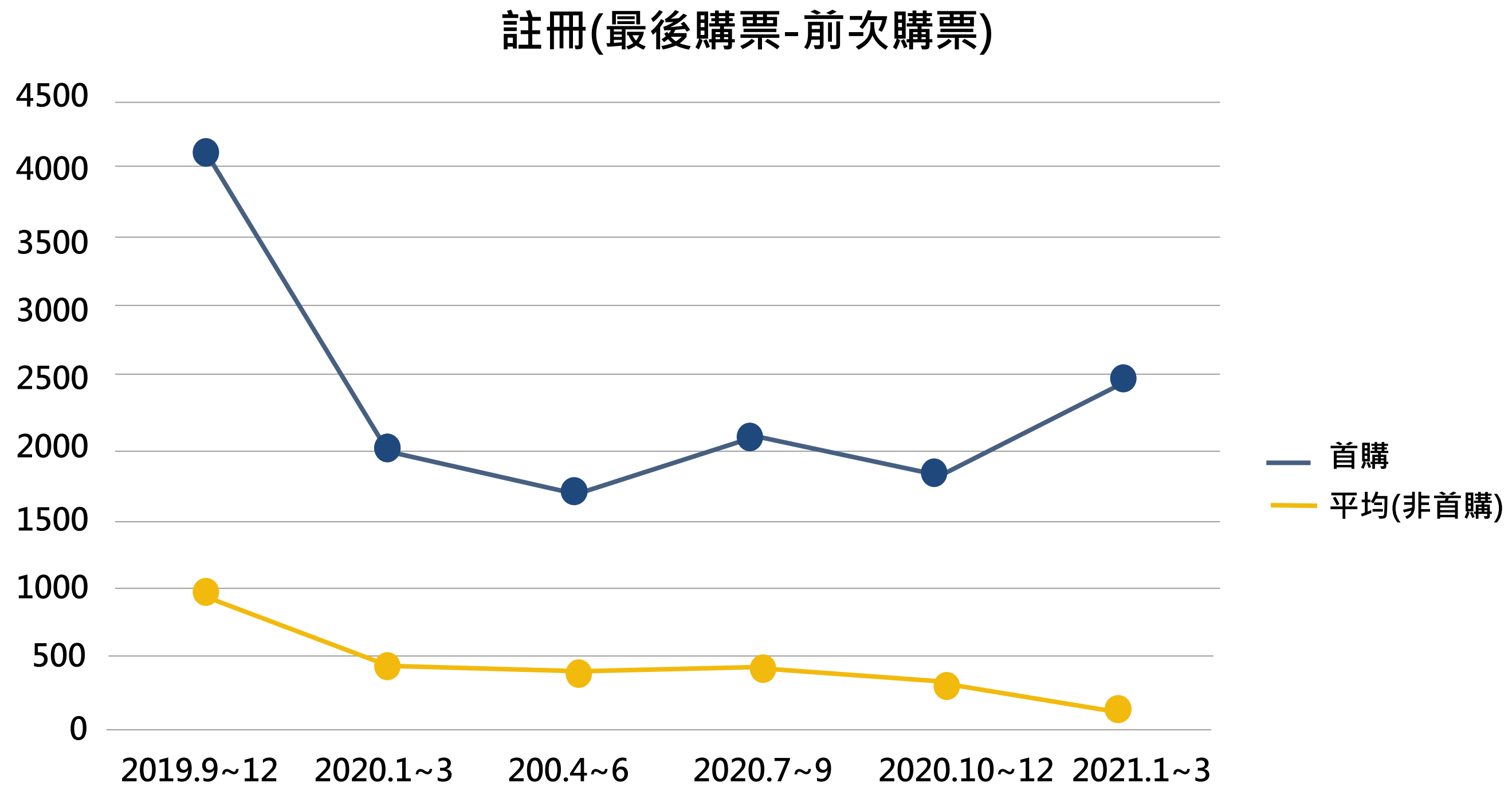
數據時間：2019/9~2021/3

有貢獻會員之購票次數



數據時間：2019/9~2021/10

3.2.2 回購率不高



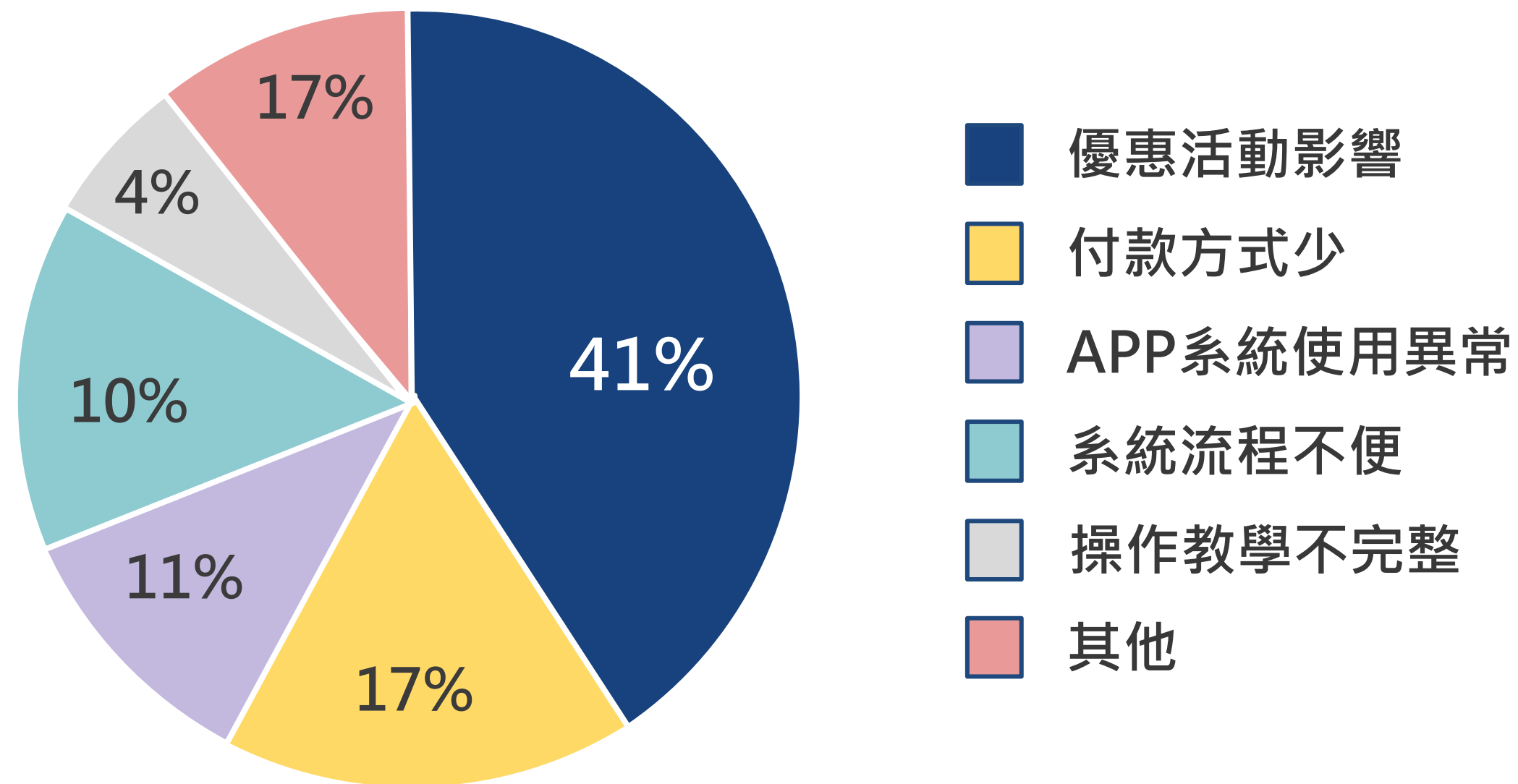
在不同時間點註冊，發現首購即為最後一次購票佔多數。

3.2.3 優惠活動影響客群使用

28

購票率

沒有每次使用TBS APP購票的原因

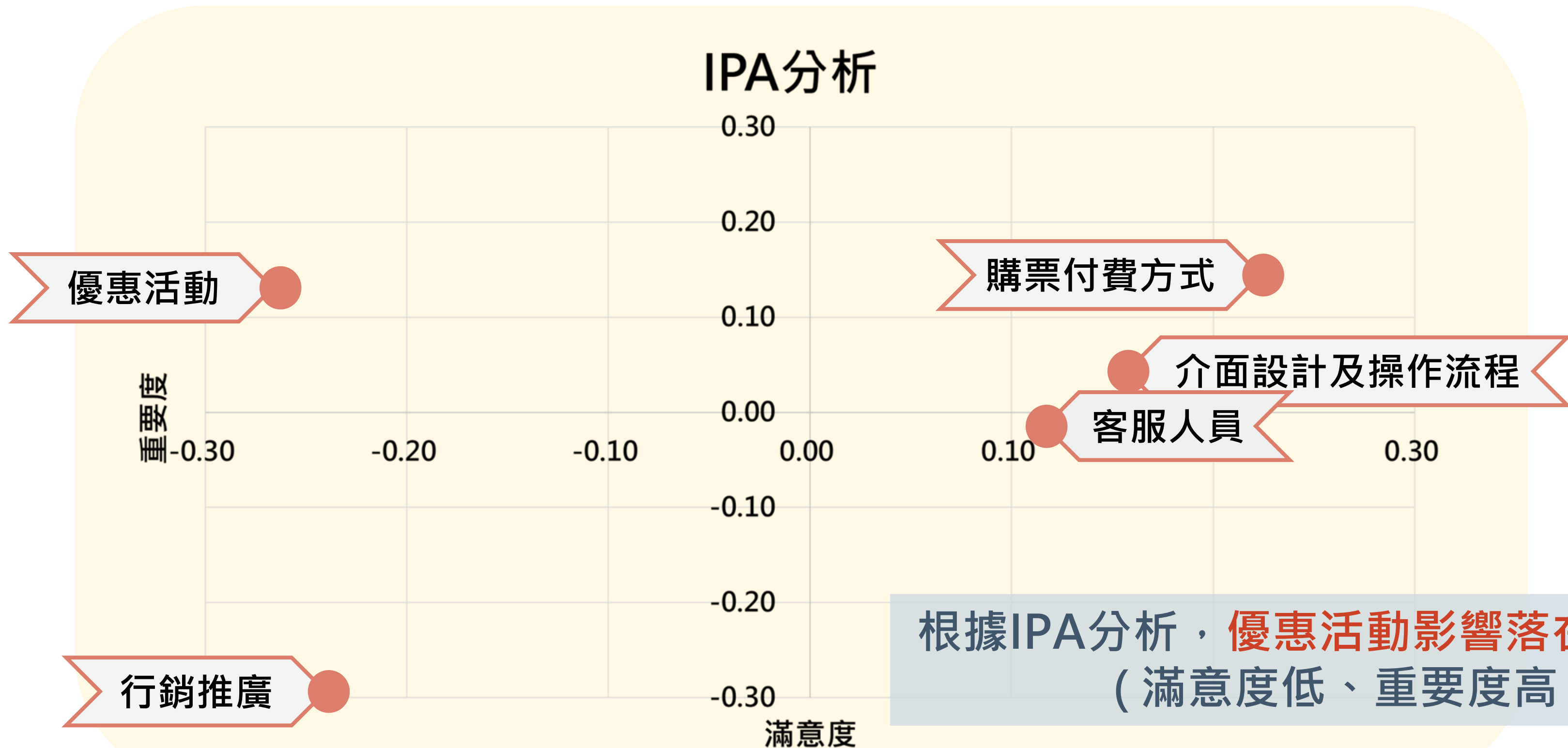


問卷調查中，有41%的民眾購票受優惠活動影響。

3.2.3 優惠活動影響客群使用

29

購票率



3.2.4 支付方式有限

30

問卷分析



- **707** 人因為無線上支付工具而沒有使用 APP 購票
- **1,458** 人希望增加其他付款方式才會有意願使用

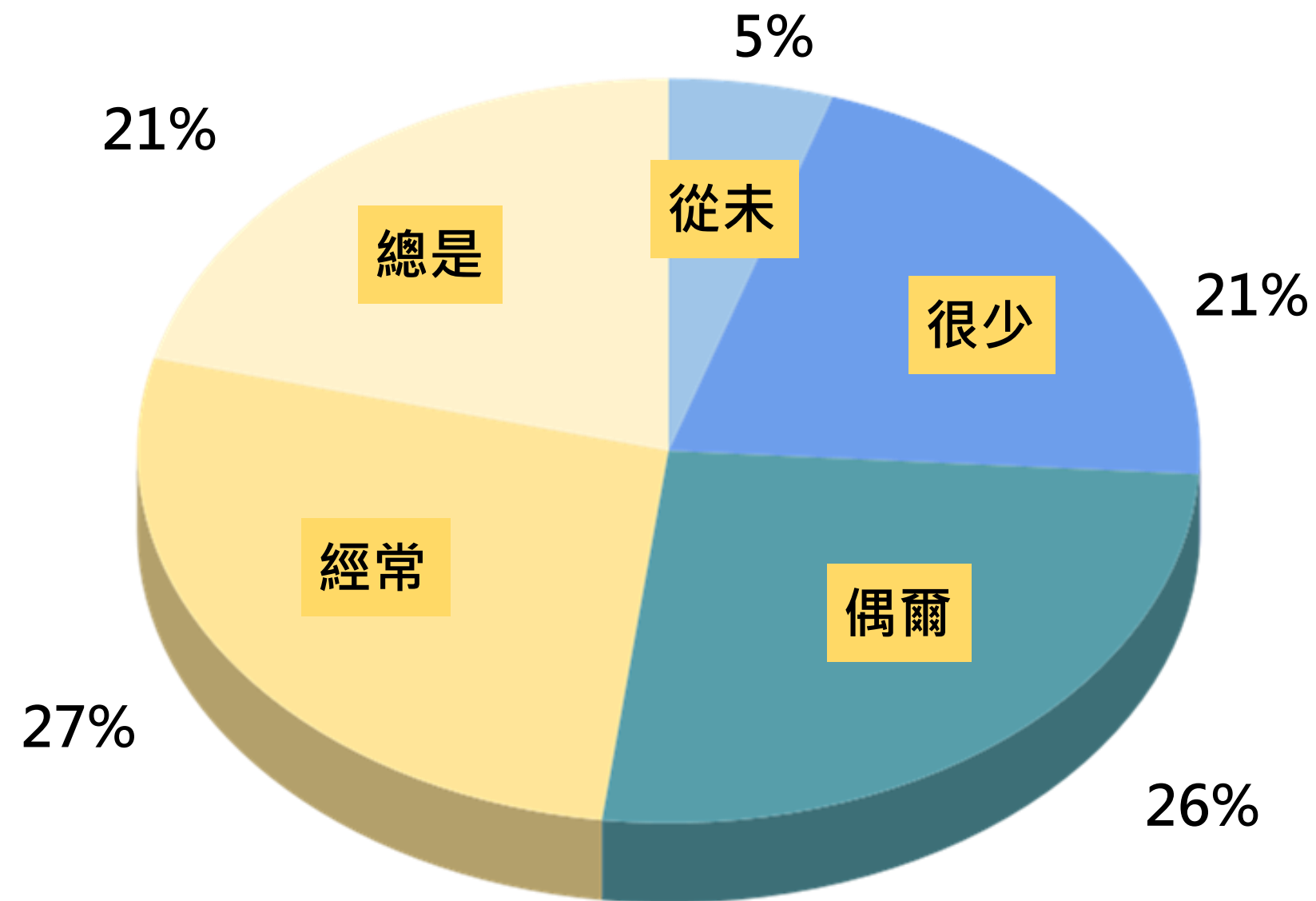
實地訪談



- 無興趣使用之民眾 **39** 人中，**7** 位因無信用卡以致不能線上付款

3.2.5 會員黏著度

搭乘客運使用TBS APP購票比例



解決方案

- ⇒ 簽到小遊戲
- ⇒ 訂閱制/會員制度

1.擴大專案合作

32

01

票票合作
(車票 / 旅遊)

02

轉乘優惠活動
(台鐵 / 高鐵)

03

結合當地住宿

2021年高雄國慶 賞煙火專船

4天之內票券全數售完

售價 \$1,999 贈送福袋 (最高價值\$11,000元)

獨家海上觀賞席
還有在地伴手禮、乖乖喝水

福袋好禮有機會獲得小墾丁住宿券、金獅湖住宿券、海生館門票、高雄雙層巴士、府城雙層巴士...等超值好禮

三地集團
SAN-TI GROUP

高雄客運
KAOHSIUNG BUS

歡慶TBS週年

【泰富航運交通船】東港—小琉球 船票開賣

小琉球船票

持續售票中

限時

0元

點轉運幣

Download on the App Store
GET IT ON Google Play

優惠票價至12月31號

校園專車

平均每月售出1,500張，
每月持續成長。

目前與逢甲大學進行規劃中

推估後未來校園專車

平均每年可增加近1,200,000元收入

每月持續成長。

已執行

2.新增付款方式

35

購票率

信用卡

流通卡數約
5,100 萬張

計至2021年4月

LINE Pay

使用人數約
341.4 萬人

計至2021年3月

街口支付

流通卡數約
432.6 萬人

計至2021年3月

商 付 款
超



2.新增付款方式

35

購票率

信用卡

流通卡數約
5,100 萬張

計至2021年4月

LINE Pay

使用人數約
341.4 萬人

詢問過TBS 業者

執行此方案須支付150萬

評估後列入明年年度規劃

列入明年年度規劃

計至2021年3月

款

3.簽到小遊戲

購票率

36

執行方式

- 每日互動性的小遊戲
- 賺取些微的轉運幣數量

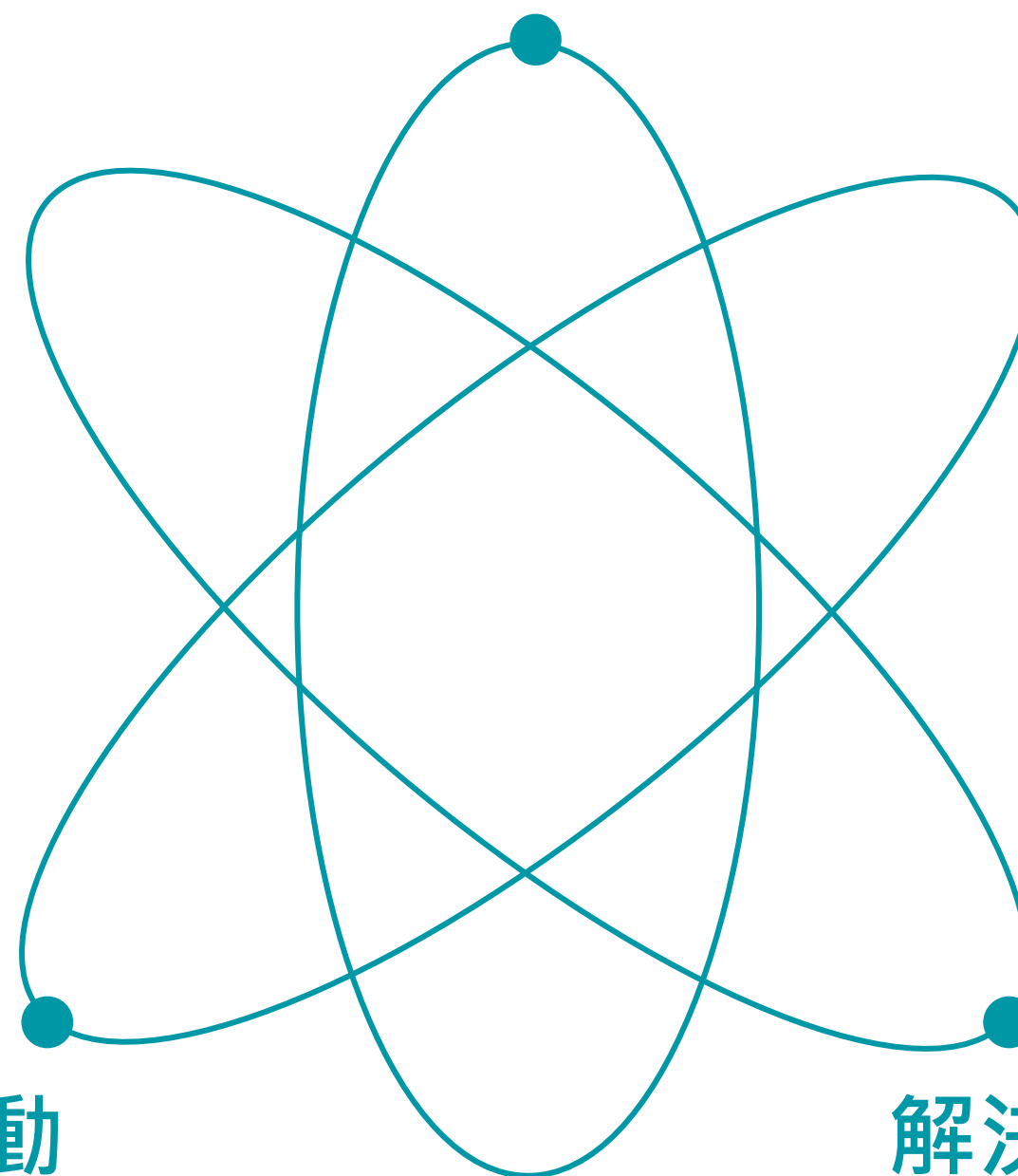
解決問題

- 增加民眾的使用意願度
- 帶入最新的活動資訊
- 介紹 APP 的環節

服務升級優化

提升會員互動

解決資訊落差



3.簽到小遊戲

購票率

36

執行方式

- 每日互動性的小遊戲
- 賺取些微的轉運幣數量

解決問題

- 增加民眾的使用意願度
- 帶入最新的活動資訊
- 介紹 APP 的環節

執行此方案須支付80萬

業者認為此方案可執行

但因經費問題會於未來執行

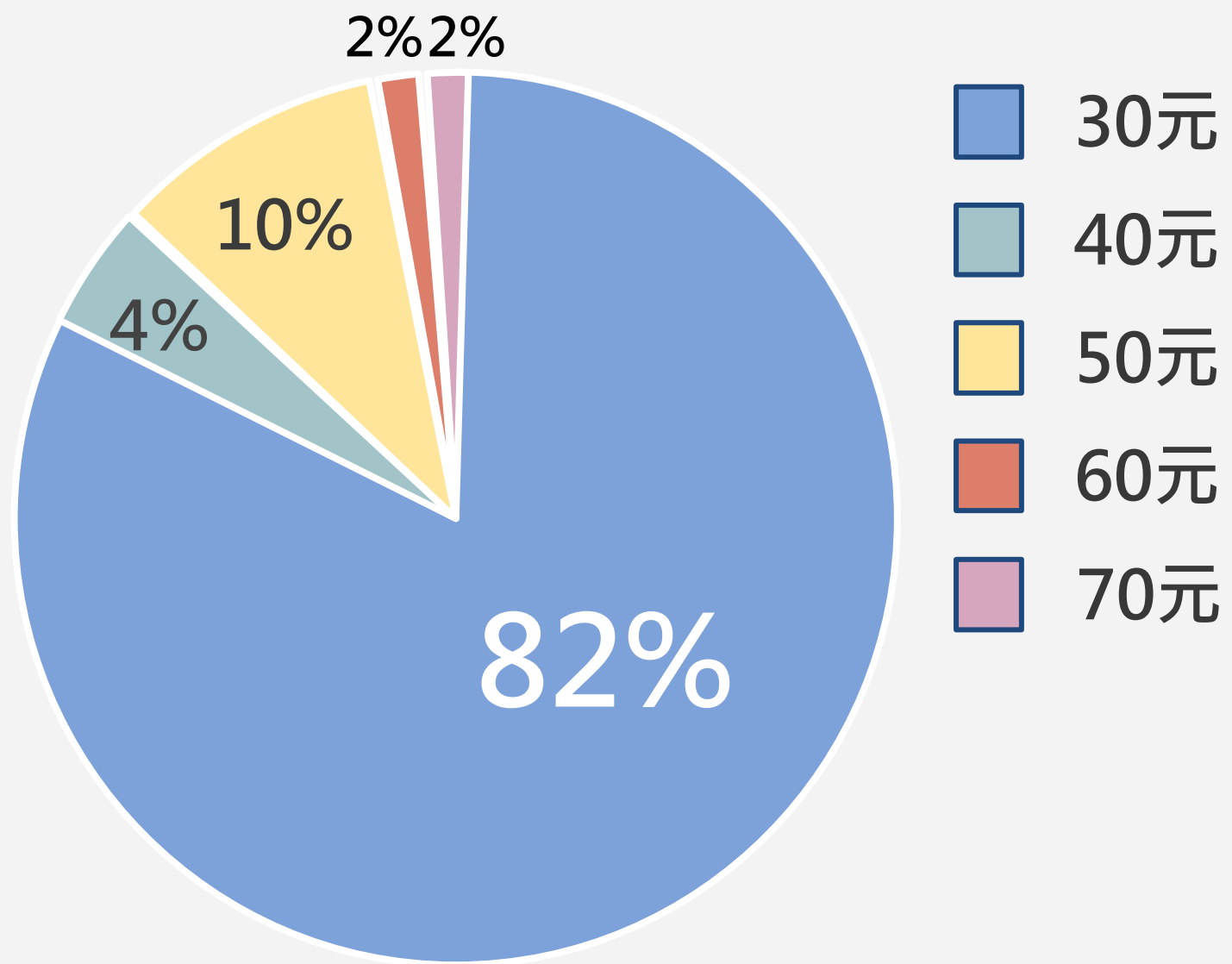
經費問題但可執行

提升會員互動

解決資訊落差

4.訂閱制/會員制度

訂閱制方案，每月願意花多少錢使用



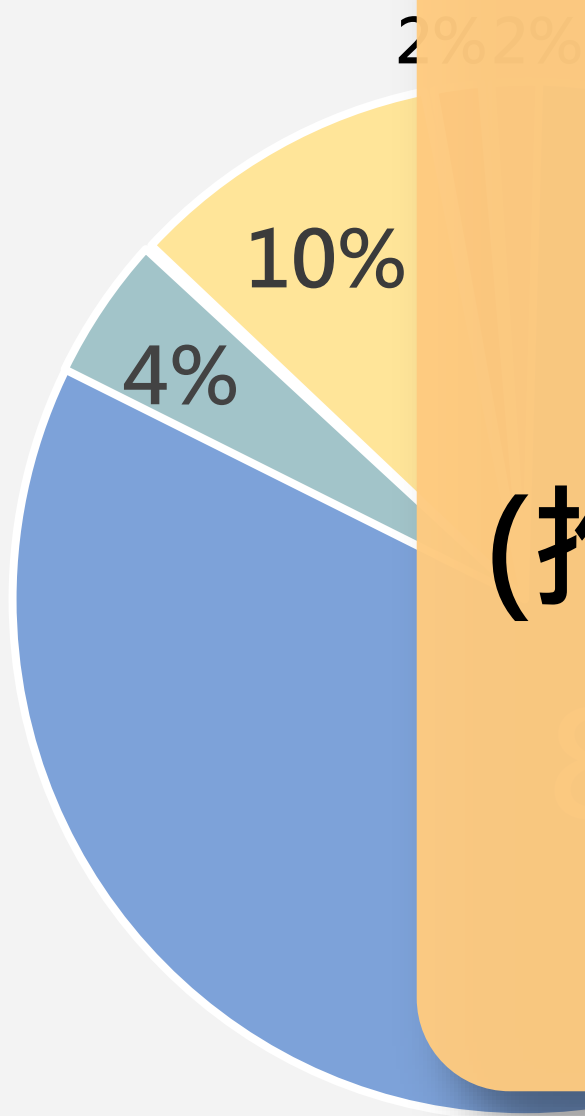
- ✓ 越來越多行動 APP 在推廣會員制度
- ✓ 建議 TBS APP 可採用里程計算來為會員進行分級
- ✓ 記錄其消費頻率之餘，同時也能讓會員有參與感
- ✓ 另外也能在里程數達到一個成就時給予獎勵，讓會員更願意進一步的消費

4.訂閱制/會員制度

購票率

37

訂閱制方案



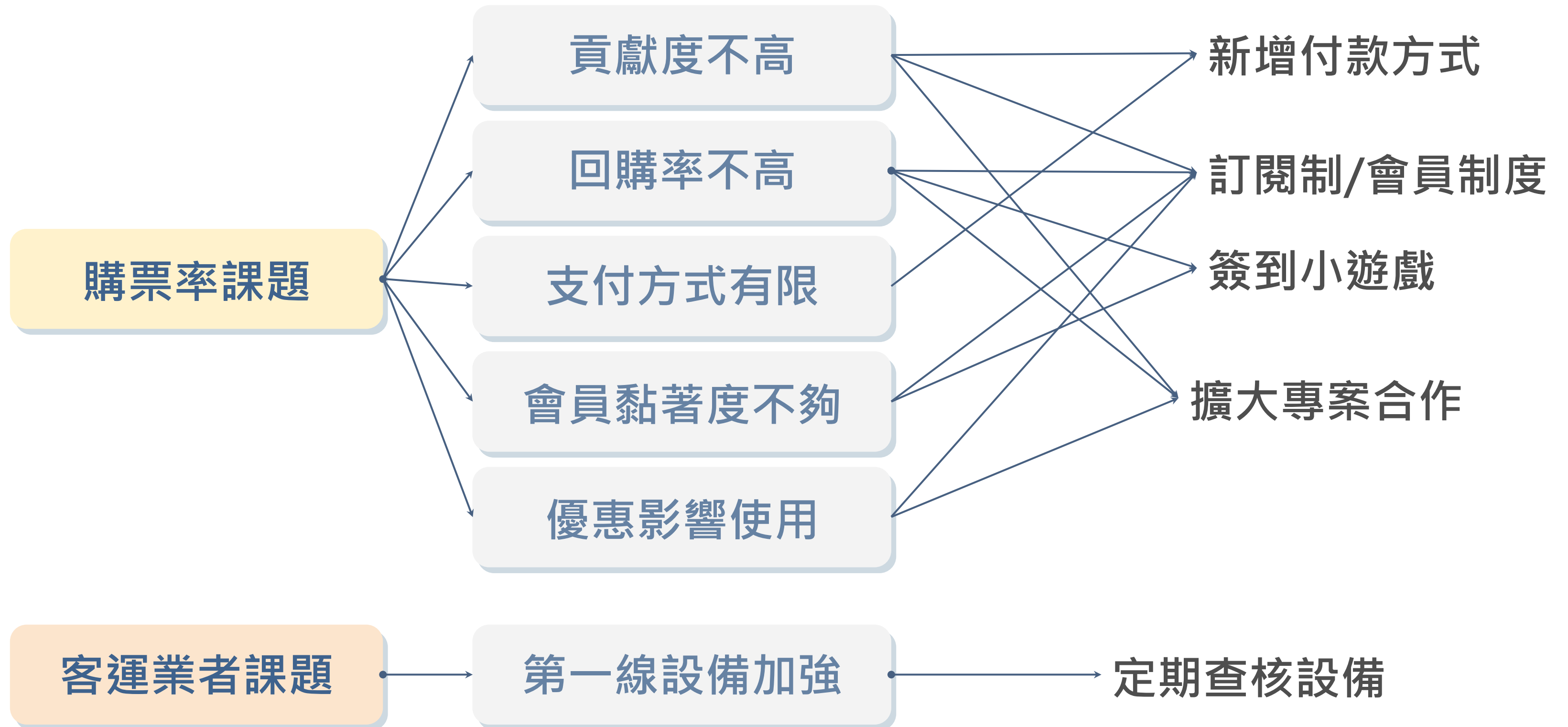
每年可創造近1,560,000元收入
(推估30%有貢獻會員數，每人收取30元)

列入明年年度規劃

會員進行分級
會員有參與感
予獎勵，

3.3 客運業者課題

38



3.3.1 第一線設備加強

< 4 家客運業者中 6 人在其他建議事項的回覆 >

透過實地走訪臺北轉運站，各家客運業者提出以下問題：

- 會有當機情形，重開十分鐘即可排除問題
- 操作介面反應慢，機台擋（手動）角度亮度
- 不用輸入員工編碼，希望先設定好編碼，
因為司機沒有員工編碼，
需司機人員叫服務人員去輸入，民眾才能上車
- 需靠手動輸入，自己的系統沒辦法連線
- 系統不穩定



定期查核設備

客運業者

40

若有問題自動
與業者提出

Before

被動接收

<2 客運大群組(101)

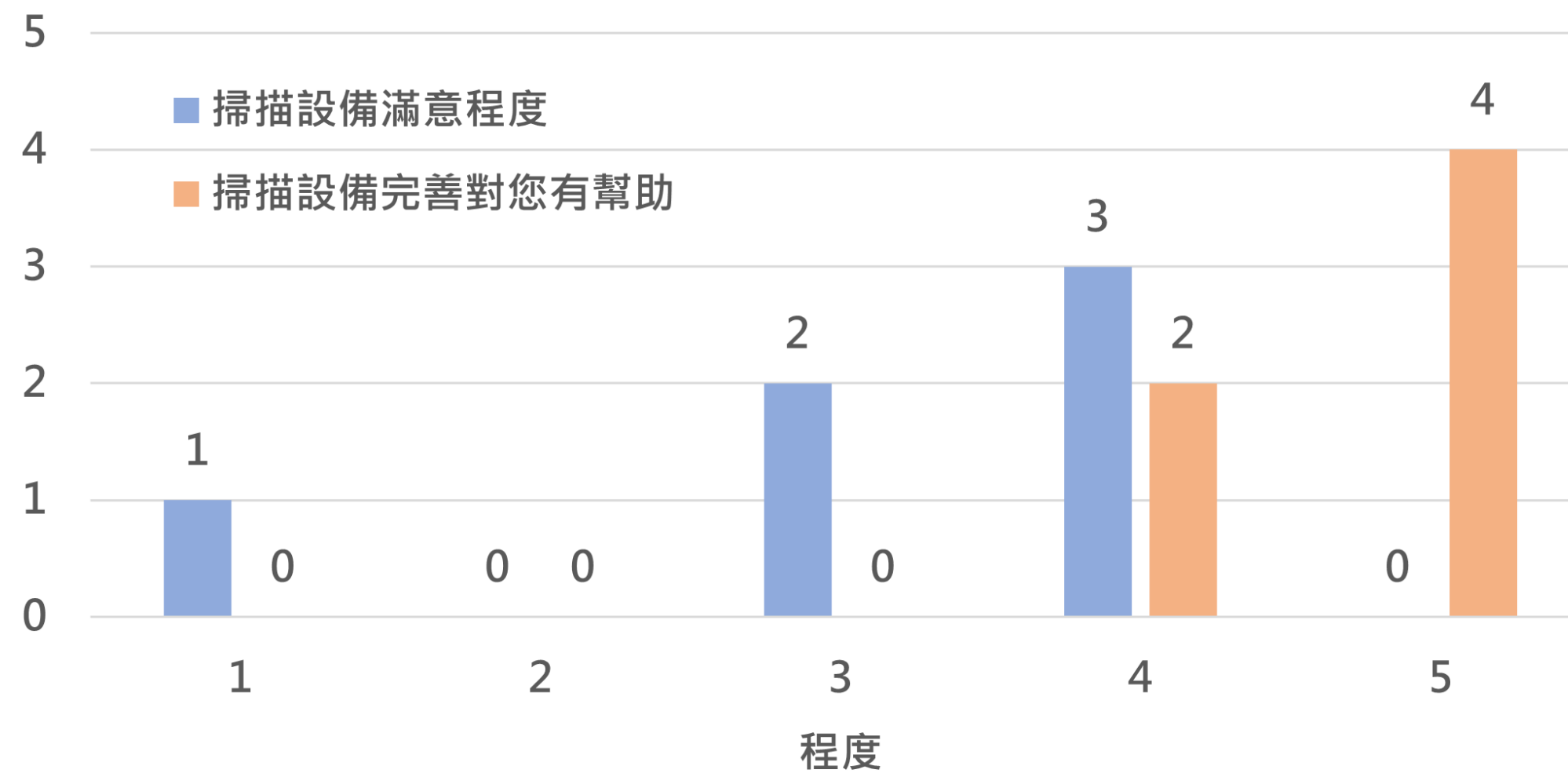
這個月設備
有問題嗎~

業者主動關心
設備是否完善

After

主動詢問

掃描設備滿意度與設備完善是否有幫助



若設備提升，整體滿意程度會提高 **45.5 %**

掃描設備滿意度與設備完善是否有幫助

定期查核設備為已執行之方案
後續為公司每月主動詢問

已執行

若設備提升，整體滿意程度會提高 45.5 %

3.4 行銷推廣課題

42



3.4.1 民眾對 APP 不瞭解

業者訪談

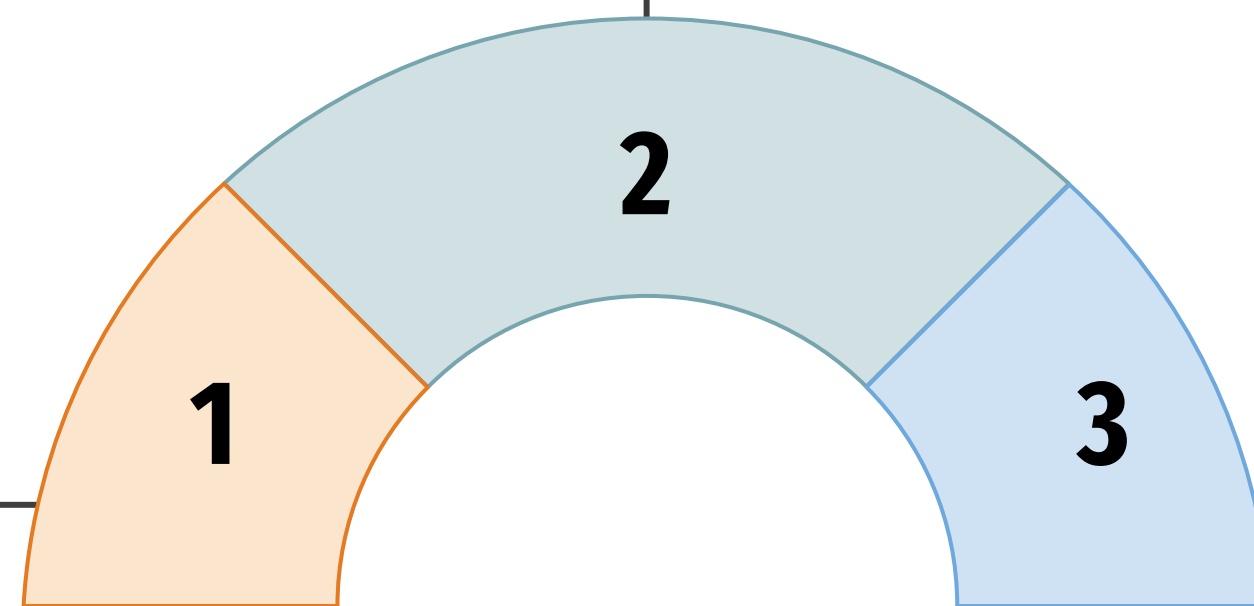
與業者會議時，
提過民眾不大願意，
付手續費等問題。

問卷調查

有 52 位民眾反映手續費
問題，不解為何需收取
手續費，甚至有民眾
認為此系統為國營。

實地訪談

訪問有使用過之民眾，
也有手續費之問題。



3.4.2 推廣效益不符合預期



業者訪談

業者有提到投放許多廣告
且花費較多，但成效不如預期。

問卷調查

有 **1,443** 人建議增設 LINE 官方帳號，
以方便詢問相關問題。

實地訪談

在 **118** 位受訪者中，有 **96** 位民眾
表示無看到過，其中有 **83** 位民眾認
為應該多以數位推廣，成效會較佳。

3.4.3 APP 名稱易混淆

業者訪談



認為 TBS 臺北轉運站之名稱
會讓人把此 APP 定位侷限於臺北

問卷調查



有 3 位民眾在其他建議事項內補充建議
若 APP 不侷限於臺北會希望換名稱

親身使用



在 APP Store 搜尋下載程式上
名稱不夠直觀讓民眾認為此 APP
只服務於臺北地區而非全臺

實地訪談



有 2 位民眾表示他們不常來臺北
而後才向他們介紹此系統購票
並不侷限於臺北地區

3.4.3 APP 名稱易混淆

方案：

→ APP 徵名競賽：

辦理競賽鼓勵民眾發想適合且簡單明瞭之名稱，也可透過競賽提高曝光度。

→ 進度：

著重於確認未來方向，
預計於明年辦理。

列入明年年度規劃

1.程式下載介紹更新

程式下載處新增營運模式介紹

- 預覽圖/內文冗長/經營模式

更新預覽圖內資訊

- 客運業者/刪除商城資訊



1.程式下載介紹更新

程式下載

●預覽圖/

更新預覽圖內

●客運業者/刪除商城資訊

程式下載更新為已執行之方案
待應用程式商店送審成功上架

已執行



2.IG 推廣



“

經營 Instagram，吸引年輕族群。



2.IG 推廣

行銷
推廣

48

TBS APP

特色介紹

一個平台
一票到底
一碼通行

TBS臺北轉運站APP

免排隊

TBS APP線上訂票



線上使用APP操作
線下可詢問客服
到站使用QRcode快速通關
無接觸、減少風險
簡單幾步驟方便好操作

TBS臺北轉運站APP

平台整合化

集結11家客運業者



國光客運	太魯閣客運
統聯客運	捷順交通
阿羅哈客運	嘉義客運
和欣客運	府城客運
葛瑪蘭客運	豐原客運
台聯客運	

TBS臺北轉運站APP

平台簡易化

選站、選時、選位



選取起站、迄站
選取搭乘時段
選擇想要的座位

TBS臺北轉運站APP

付款方式多元化

擁有三種線上支付方式



信用卡
LINE PAY
街口支付

TBS臺北轉運站APP

環保無紙化

使用QRcode掃碼上車



APP訂單
Email通知
自行截圖

TBS臺北轉運站APP

支持我們 使用過才知道它的好



1 追蹤TBS APP IG

2 下載 TBS臺北轉運站APP

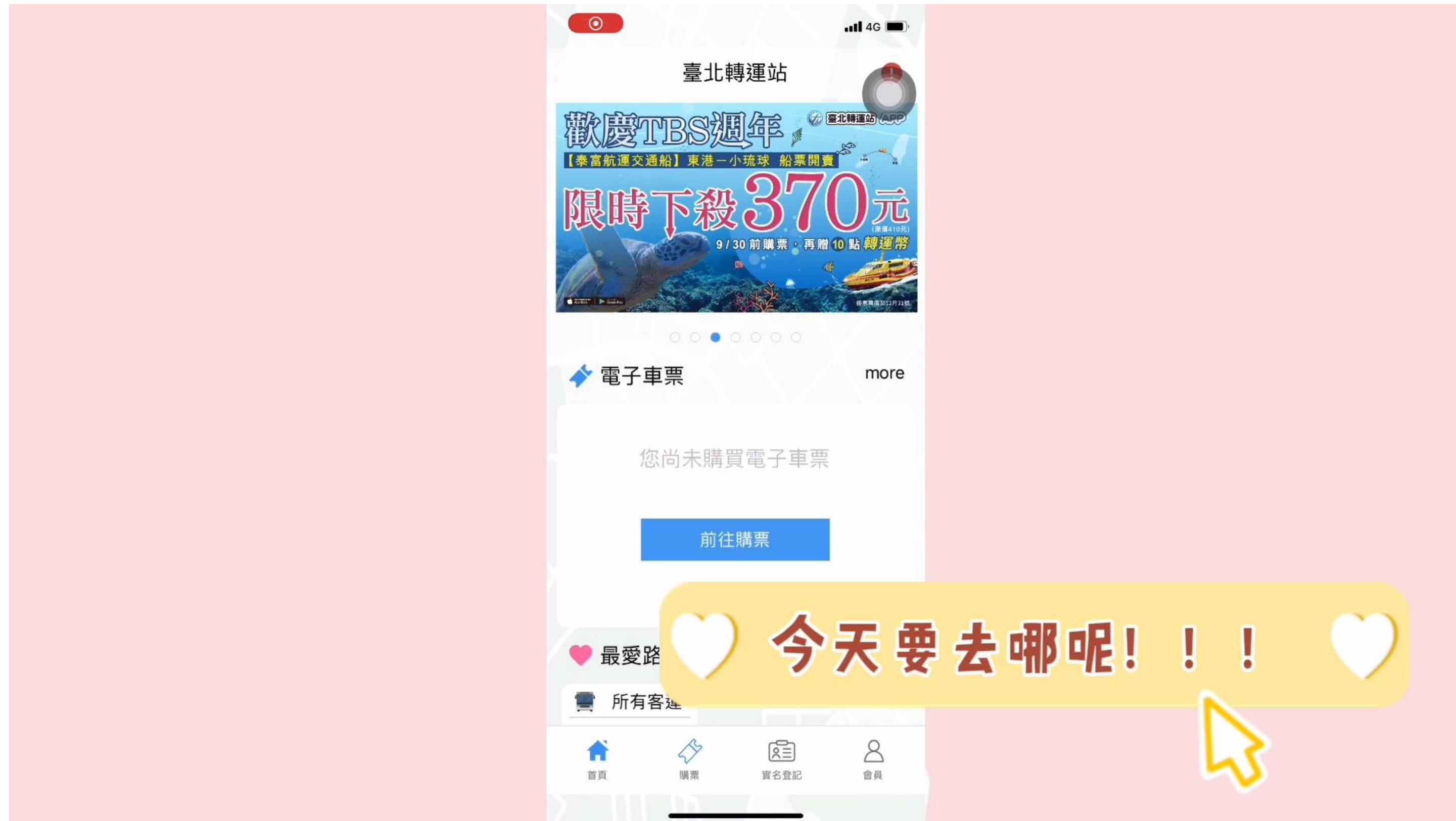
\ APP連結在這裡 /



2.IG 推廣

行銷
推廣

49





2021.07.12 追蹤人數

2021.10.02 追蹤人數



TBS APP官方IG連結



購票VLOG貼文連結

粉絲人數成長 3 倍

7/13 - 8/17 已完成 14 篇貼文的介紹推廣。
由初期 51 位粉絲，經貼文推廣後粉絲數來到 146 位。

購票VLOG觸及率達353位

10/20 發布一則短片 介紹購票到分票與
上車的Vlog，觸及率也達到 353 位觀眾，
創帳號有史以來人數最多的一次。



2021.07.12



TBS APP官方IG連結



購票VLOG貼文連結

IG 經由我們的經營後
成功提高更多觸及率
為已執行方案

已執行

粉絲人數成長3倍

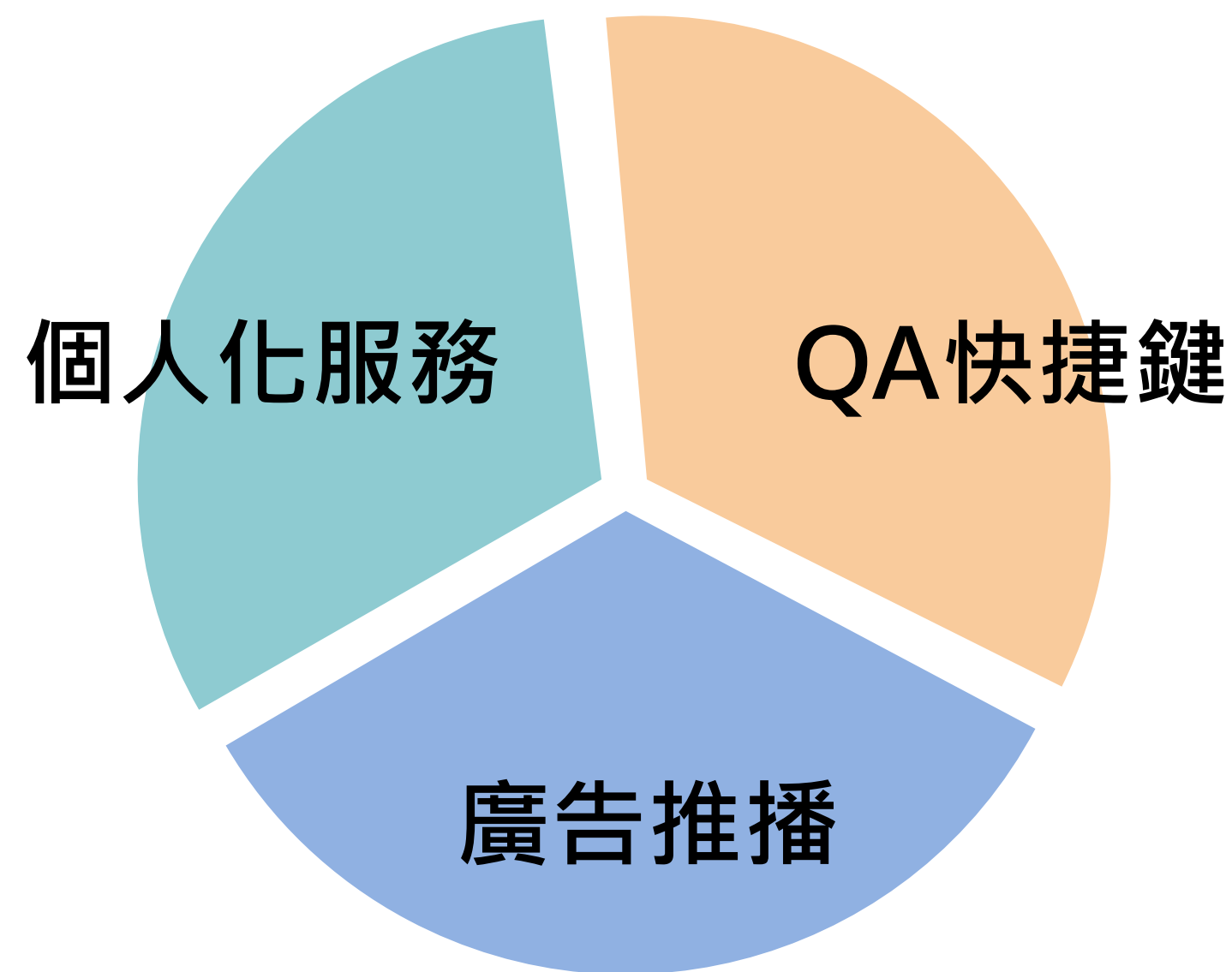
介紹推廣。
粉絲數來到

353位

分票與
上車的Vlog，觸及率也達到353位觀眾，
創帳號有史以來人數最多的一次。

3.LINE 官方帳號

可以建立個人化的服務，
即時性的客服滿足顧客，
需立即得到自動回覆的需求，
可增加民眾使用好感度，
同時對於業者而言，
也可發放廣告曝光近期活動優惠資訊。



3.LINE 官方帳號

初步推估進行此方案約需30萬元

公司認為可執行

但因經費問題會於未來執行

經費問題但可執行

快捷鍵

3.5 民眾感受課題

52



3.5.1 客服問題

感受度很差

3月14日

☆☆☆☆☆

使用購票系統購票，在使用上有些問題，問服務處人員，得到的回應是需自行聯絡後台人員處理，服務人員如此責任歸屬的專業度真的很讓人感到非常遺憾。

開發者回覆

3月16日

請問是哪裡服務處？如有任何問題可洽02-77099747 客服中心洽詢，謝謝您。

退票不正常

2月14日

☆☆☆☆☆

在符合規定的半小時前按下退票，卻顯示無法票。

打給客服，客服請我跟現場人員處理。找現場人員，叫我打給客服。

貴公司連正常的系統都無法正常運作，那幹嘛上線？還有這是什麼推卸問題的方式，連員工都無法正常訓練嗎？

開發者回覆

2月15日

很抱歉，因豐客武陵櫻花季專案跟一般國道客運車票不同，所以不是發車30分鐘前可退票，經查您已退票完成，謝謝您的幫忙。

3.5.2其他購票方式(1/2)

問卷發放

問卷填寫共 2,262人認為增加套票優惠是此APP需要改善的地方， 17 人在其他回覆有來回票購買上的需求。

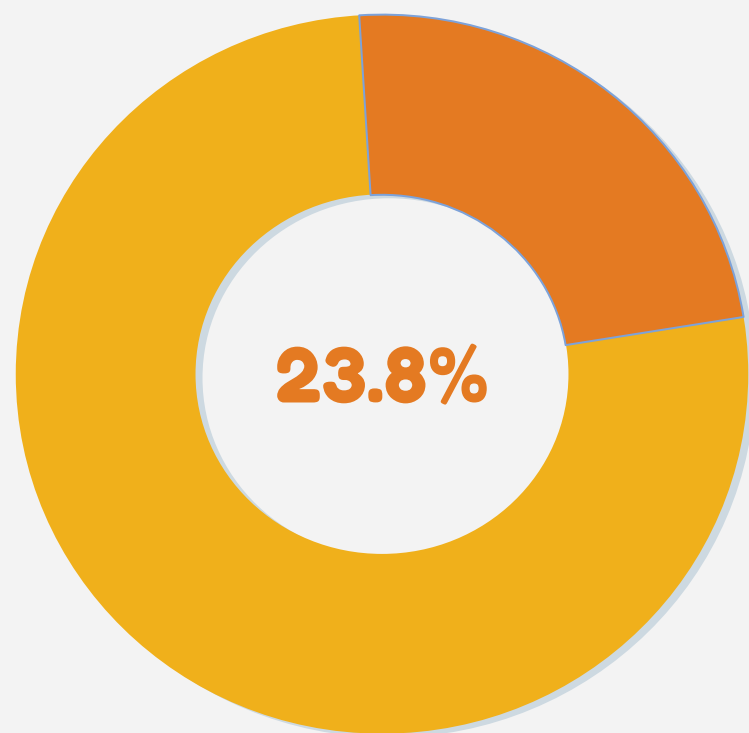
實地訪談

實地詢問臺北轉運站乘車民眾，將近 6 成的人認為若有套票或是來回票的優惠會更加吸引他們使用APP購票。

自身使用

套票與實際搭乘的落差，會讓消費者沒意願去承擔中間的金額（如朝馬到台北的統聯套票）。

3.5.2 其他購票方式(2/2)



實地訪談

23.8%民眾因無補位功能而不使用

民眾擔心時間無法配合上

若能以此提供新型態的服務---線上號碼牌的抽取，
例如：銀行的線上預約服務、醫院的線上掛號服務，
讓民眾不因腳程問題而再匆匆忙忙，
同時在系統中也能提前預估自己是否有乘車機會。

1. 客服快捷鍵



問卷調查中 **83.1 %** 的消費者認為，
新增快捷鍵對於使用上是有幫助的。

解決的問題

- 客服感受不佳
- 回覆時間晚導致消費者認為權益上受損

預期效益

- 提升公司正面形象
- 減少因感受造成使用上的困擾

1. 客服快捷鍵



客服快捷鍵因技術上需再進行設計
因此列入明年年度規劃

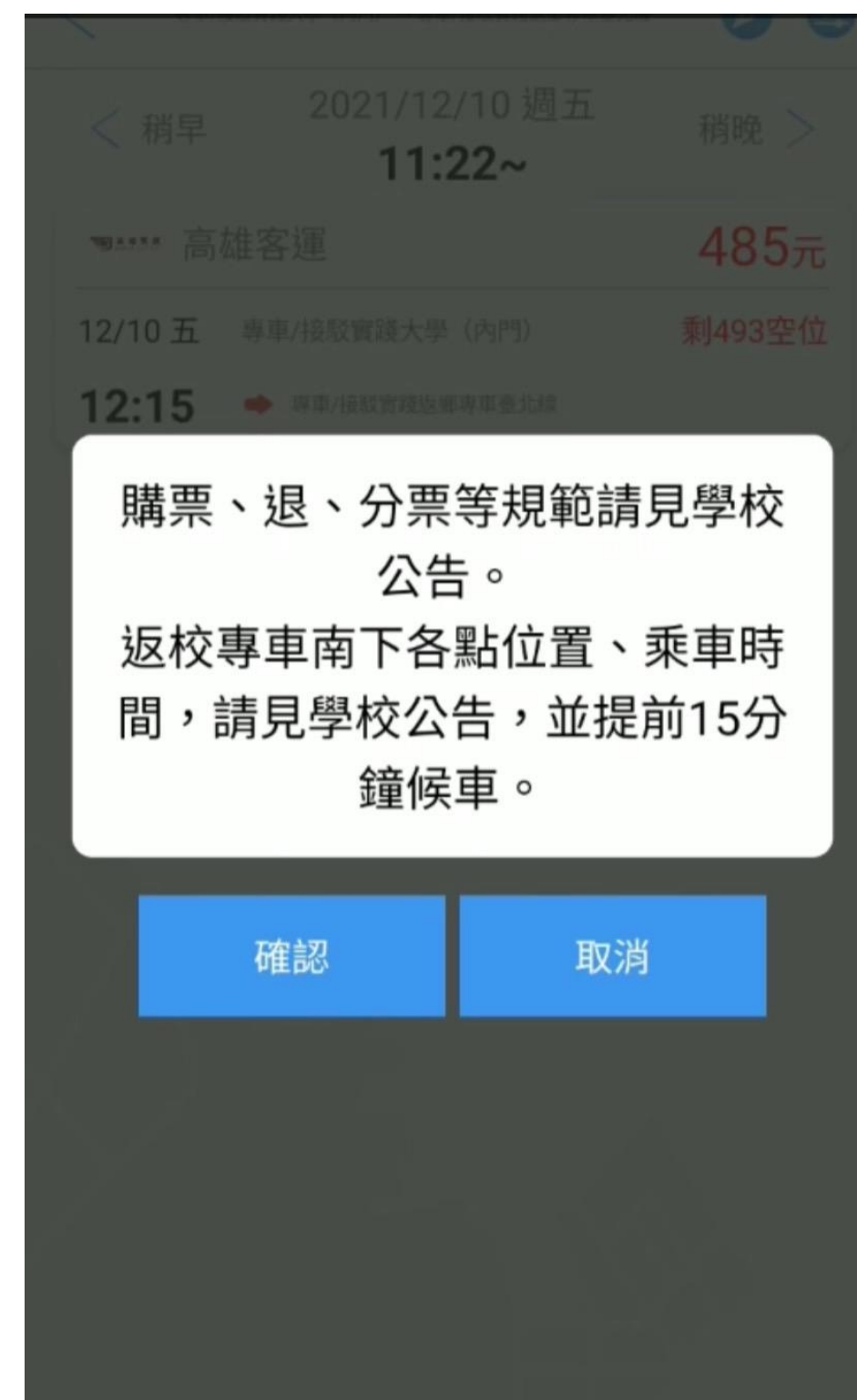
列入明年年度規劃

象
使用上的困擾

2.換退票提醒

評論中發現跟**退換票處理**有關的事項，除了誤會，**民眾感受上都會留下不好的印象**。

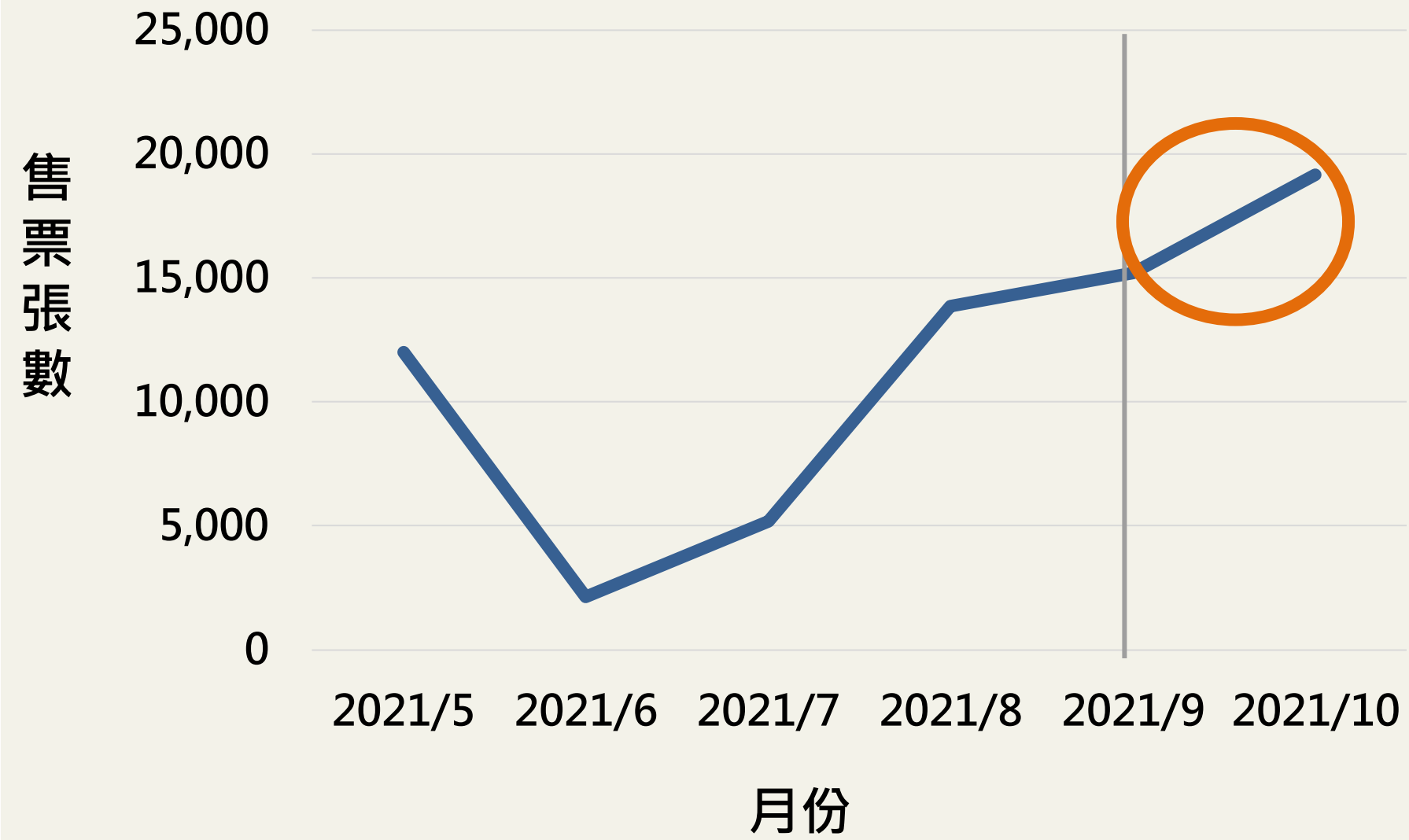
在實地考察與業者訪談的過程中，**發現目前的後台系統還未發展到統一系統**，因此在處理上需較多時間，但民眾的不了解會認知為處理效率低，影響民眾權益，因此構想於確定購票後顯示提醒，避免沒有特別注意資訊，導致後續的問題發生。



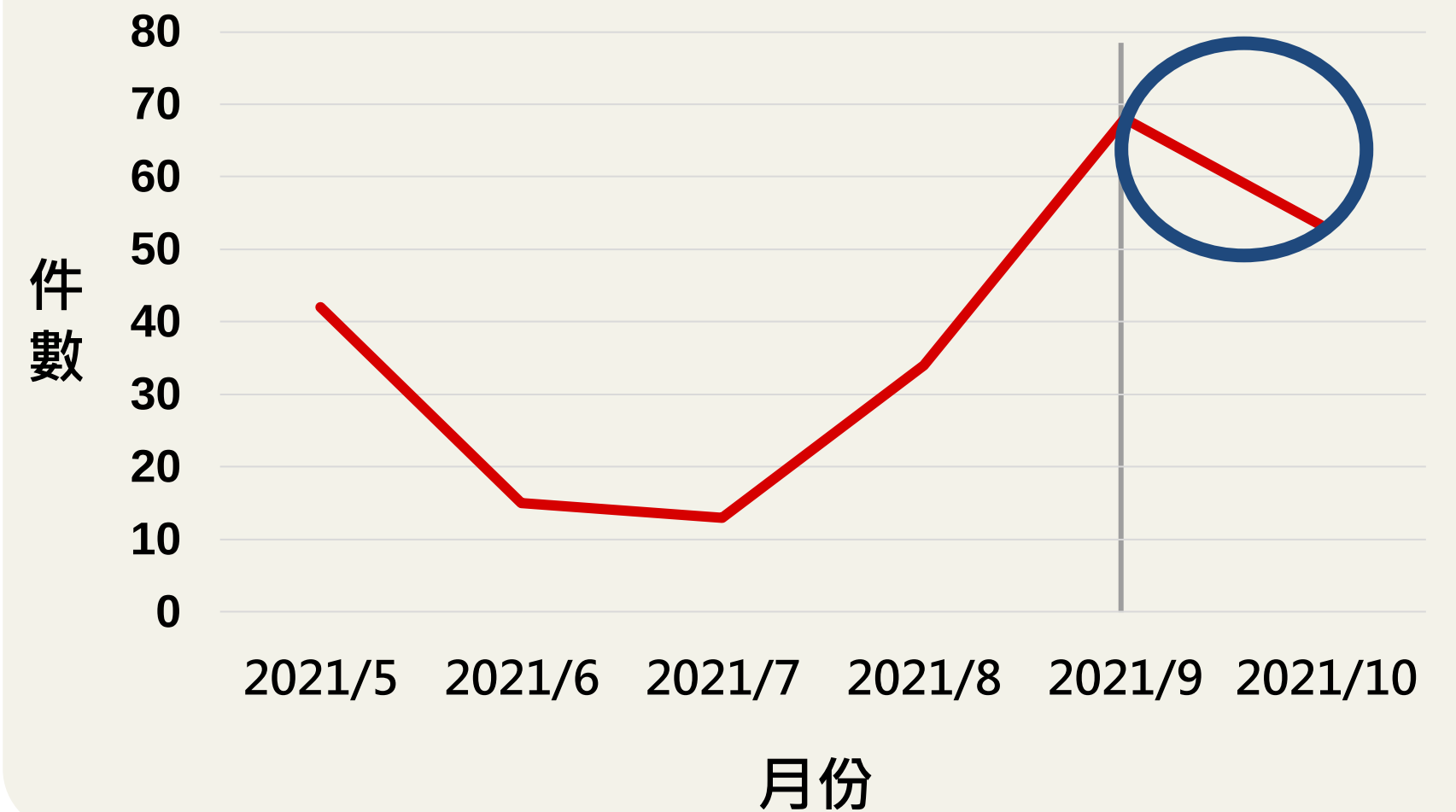
換退票提醒

58

各月份售票數



各月份客訴問題-退/換票流程



各月份售票數



成功減少換退票
相關事務的客服次數

已執行

2021/5 2021/6 2021/7 2021/8 2021/9 2021/10

月份

客訴問題-退/換票流程



3.來回票 / 套票 / 補位

來回票

減少重複
購票流程

列入明年年度規劃

套票

增加競爭力
熟客第一首選

技術問題但可執行

補位

不再被時間綁架
優惠資訊整合

列入明年年度規劃

BUS STOP



總結

4.1 方案可行性(1/4)

61

已執行

- ✓ 擴大專案合作
- ✓ 定期查核設備
- ✓ 程式下載介紹更新
- ✓ 社群網路推廣
- ✓ 換退票提醒

列入明年年度規劃

- ✓ 新增付款方式
- ✓ 訂閱制 / 會員制度
- ✓ APP 徵名競賽
- ✓ 客服快捷鍵
- ✓ 來回票
- ✓ 補位制度

不可行

X

技術問題但可執行

- ✓ 套票

經費問題但可執行

- ✓ 簽到小遊戲
- ✓ LINE 官方帳號

4.2 方案認同及效益程度

62

非常認同 / 非常有效益

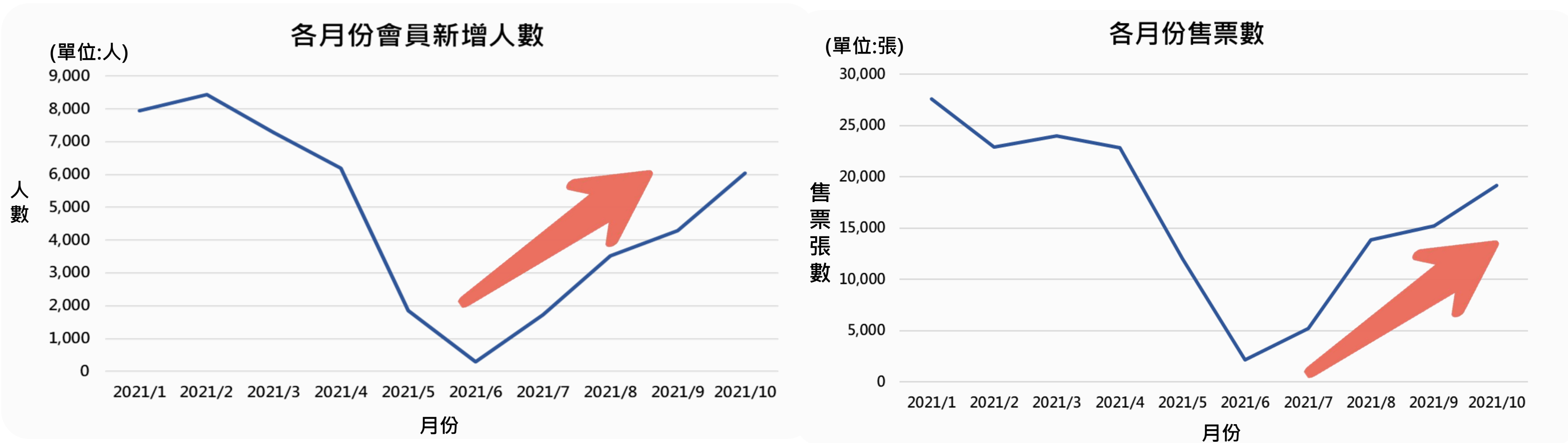
- ✓ 擴大專案合作
- ✓ 定期查核設備
- ✓ 程式下載介紹更新
- ✓ 社群網路推廣
- ✓ 換退票提醒
- ✓ 套票
- ✓ 新增付款方式
- ✓ 訂閱制 / 會員制度
- ✓ APP 徵名競賽
- ✓ 客服快捷鍵
- ✓ 來回票
- ✓ 補位制度
- ✓ LINE 官方帳號

認同 / 有效益

- ✓ 簽到小遊戲

各月份會員新增人數及售票數

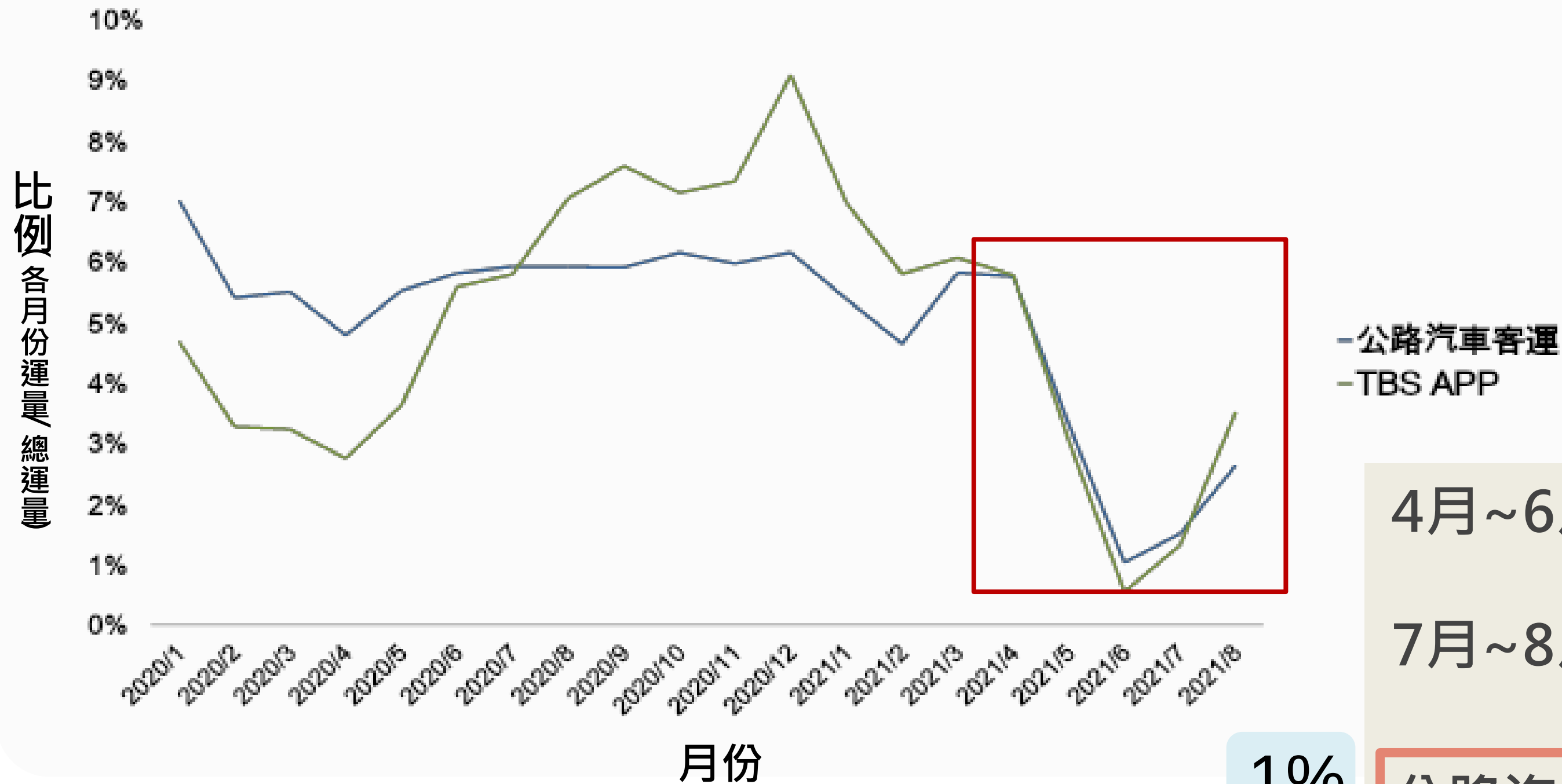
63



五月至八月受到疫情影響，後續除疫情得到控制外，同時採用行銷策略，會員註冊數與客運售票數逐漸上升，也期待明年排除經費、技術問題後所執行的策略，為公司帶來更高的效益，以及提升民眾使用滿意度。

公路汽車客運與TBS APP之比較

64



4月~6月疫情爆發，
兩者運量皆大幅下降
7月~8月疫情逐漸被控制，
運量也漸漸回升

1%

3%

公路汽車客運運量：2%→3%
TBS APP運量：1%→4%

簡報結束
恭請指教



致謝

感謝主辦單位辦理競賽
提供機會讓我們學習
也感謝公司無私的協助
以及所有提供建議的民眾





附錄

建議方案可行性調查表(1/2)

68

客運點點行-手機點一點，帶你行到各個點

建議方案可行性調查表

填寫人：張國安
公司職稱：營運經理

在既有的客運線上訂票功能結合 E 化車票的臺北轉運站 TBS APP，透過研究發現會員貢獻度與回購率不高等問題，因此提出相對應之解決方案，期望能改善與提升 APP 推廣度與使用率，以下為本研究相關優化方案之設計。

1. 擴大專案合作

內容：透過不同客運業者路線，結合節慶與活動相關的合作，提供優惠的方案，達成一票到底的理念。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☒可執行 ☐技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

評語：目前與此類合作執行及合作，也獲得一定成效。

2. 新增付款方式

內容：增加更多的支付選擇，提供給無使用線上支付平台的客群使用，也可以透過互惠方式，彼此增加品牌的曝光。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☐可執行 ☐技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☒列入明年度計畫 ☐不可行

評語：提供多元支付方式亦為本APP之持續目標

3. 簽到小遊戲

內容：會員透過每日簽到賺取些許轉運幣（如 0.1 顆），結合小互動遊戲，可穿插活動推廣與 APP 介紹，增加會員使用 APP 的機會，也藉此提高活動曝光度。

認同度：☐非常認同 ☒認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☐非常有效益 ☒有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☐可執行 ☐技術問題但可行 ☒經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

評語：增加會員黏著度為今年經營之重要項目。

4. 訂閱制 / 會員制度

內容：透過每個月的收費，並採用里程計算來為會員進行分級，記錄其消費頻率，也可在里程數達到一個成就時給予獎勵，增加會員黏著度。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☐可執行 ☐技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

評語：訂閱制目前時下APP常用之商業模式，可測試APP民眾之需求度及反應程度。

5. 定期查核設備

內容：定期檢查各客運業者設備是否充足及完善，利於民眾登車流程順利，以及後續資料回傳與數據分析。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☒可執行 ☐技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

評語：今年應繼續改善進行

6. 程式下載介紹更新

內容：在 APP 下載處介面，更新預覽圖及內容介紹，讓民眾能先對 APP 進行基本了解，減少資訊上的落差。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☒可執行 ☐技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

評語：將去年底改版時之更新紀錄

7. 社群網路推廣

內容：透過社群網路推廣(如 IG)，吸引不同族群，並透過平台與粉絲進行互動，藉此提高 臺北轉運站 TBS APP 曝光度。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☒可執行 ☐技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

評語：近來今年社群媒體宣傳成效良好。

8. LINE 官方帳號

內容：建立 LINE 官方帳號，可設計免費貼圖活動來吸引民眾，和新增自動化常見問題解答，即時為民眾解決問題。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

實用度：☐非常實用 ☐實用 ☐不實用 ☐非常不實用

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☐可執行 ☐技術問題但可行 ☒經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

評語：可列入明年計劃中評估。

圖 82 方案可行性調查表(1)

建議方案可行性調查表(2/2)

69

9. APP 徵名競賽

內容：由於臺北轉運站 TBS APP 名稱，容易被解讀為僅侷限於在臺北地區才能購票，因此舉辦徵名競賽讓民眾一同參與，也擴大行銷推廣範圍。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☐可執行 ☐技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☒列入明年度計畫 ☐不可行

評語：預計明年計畫去執行。

10. 客服快捷鍵

內容：臺北轉運站 TBS APP 的客服電話若要查找較為不便，設計一個快捷鍵在介面右上角能夠為民眾更快速解答問題，減少權益上的損失與後續的爭論。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☐可執行 ☐技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☒列入明年度計畫 ☐不可行

評語：明年預計改版 UI/UX，列入製作考量。

11. 換退票提醒

內容：購票時跳出視窗通知，讓消費者明白規定，減少客服問題與資訊上的落差。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☒可執行 ☐技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

評語：預計年底改版一年執行。

12. 來回票

內容：提供來回票功能，滿足較常搭乘的客群之需求，也可在行銷上擴大推廣。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☐可執行 ☒技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

評語：程序今結稿，報告三才討論技術上及實際執行上的問題，後續再確認是否執行。

13. 套票

內容：提供套票優惠 (ex. 買十送二) 以增加過去使用紙本票券之民眾使用臺北轉運站 TBS APP 購票，進而提升購買率。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☒無效益 ☐非常無效益

可行性：☐可執行 ☐技術問題但可行 ☒經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

評語：這個部分以系統報告來討論可行性。

14. 補位

內容：提供訂票與付款，到現場與工作人員告知，等候三到五位即可上車。

認同度：☒非常認同 ☐認同 ☐不認同 ☐非常不認同

對貴公司效益度：☒非常有效益 ☐有效益 ☐無效益 ☐非常無效益

可行性：☐可執行 ☒技術問題但可行 ☐經費問題但可行

☐列入明年度計畫 ☐不可行

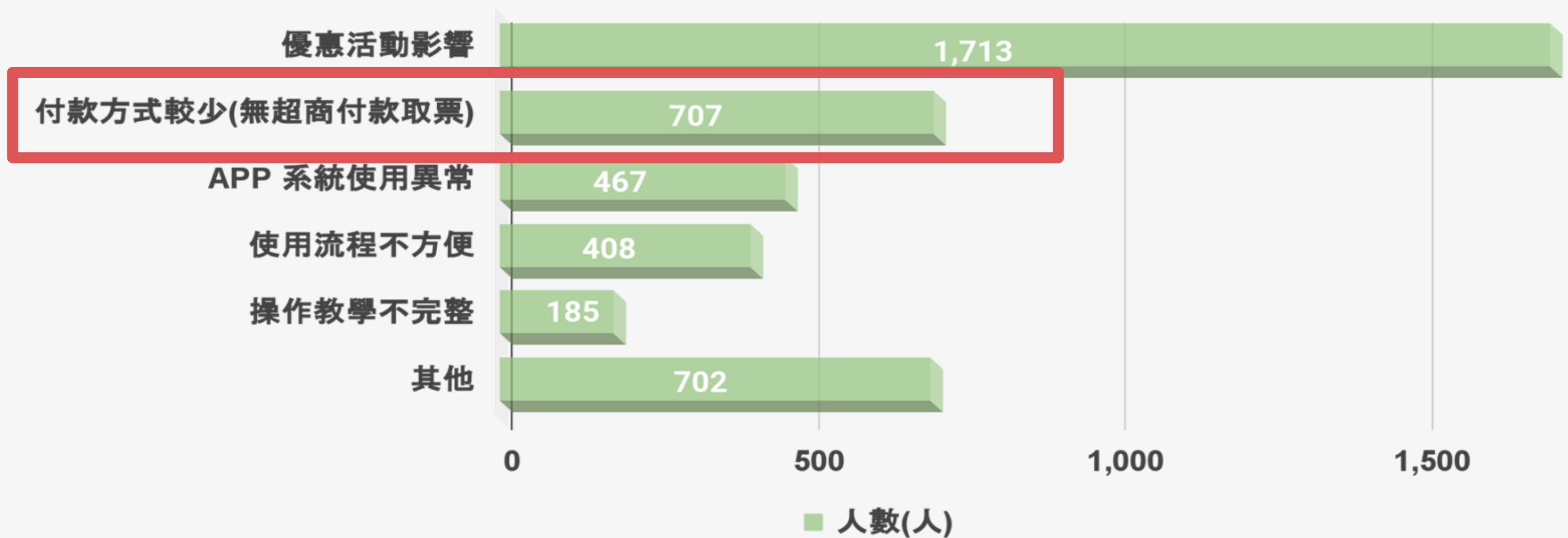
評語：程序今結稿，報告三才討論技術上及實際執行上的問題，後續再確認是否執行。

15. 總評

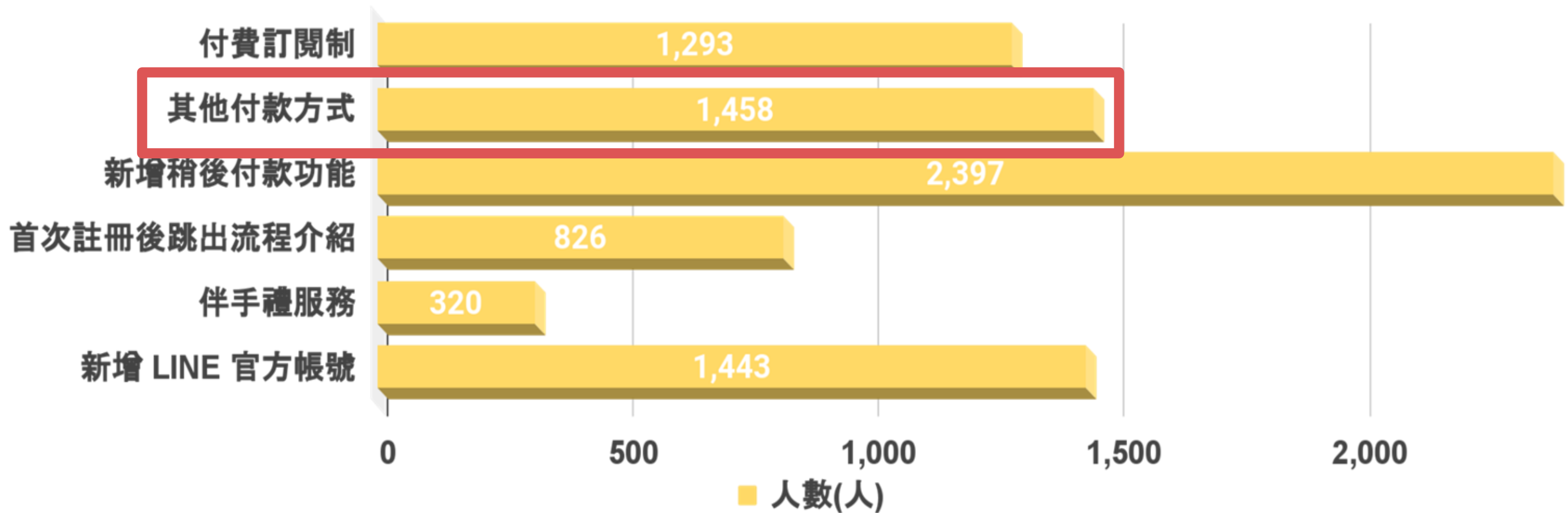
感謝達申團隊這些日子的工作及資料分析，讓我們知道還有很多需要改善及不足的地方去努力，未來我們團隊會持續努力，並定期彙報，放眼 MaaS，為台灣交通盡一份心力。

填寫人：張國安
公司職稱：營運經理

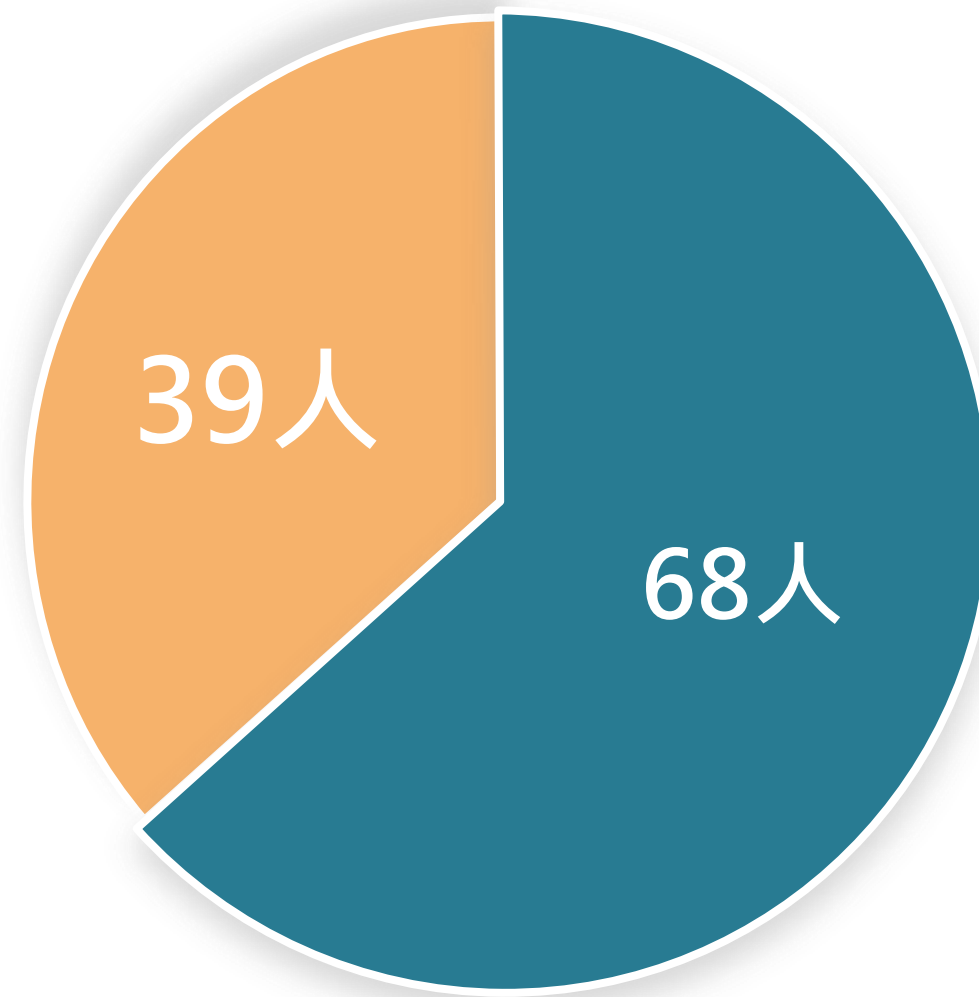
沒有每次使用TBS APP購票的原因



希望此 TBS APP 可以新增什麼功能與服務？



聽完介紹後是否願意使用TBS APP



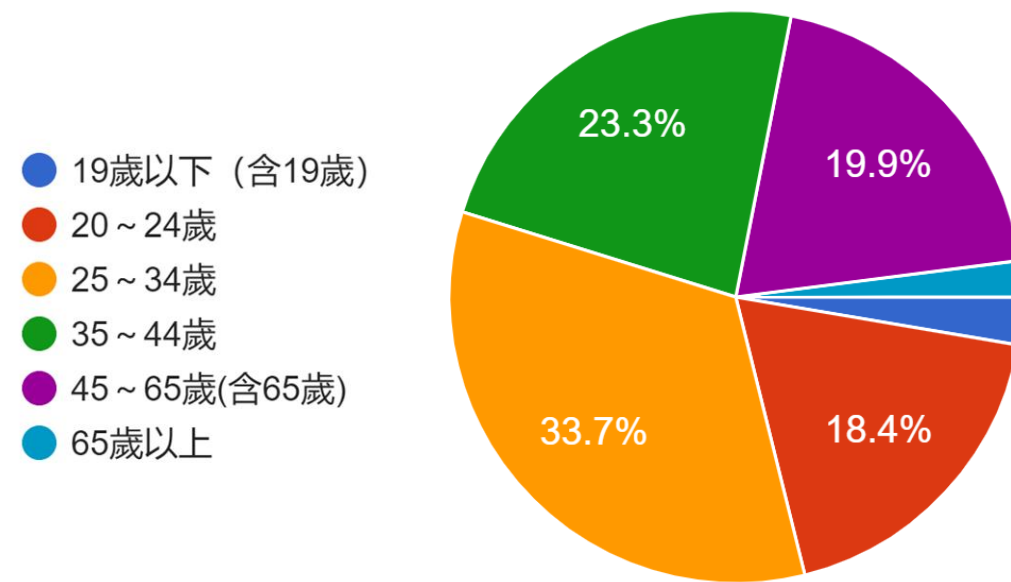
■ 願意 ■ 不願意

問卷調查分析(4/10)

73

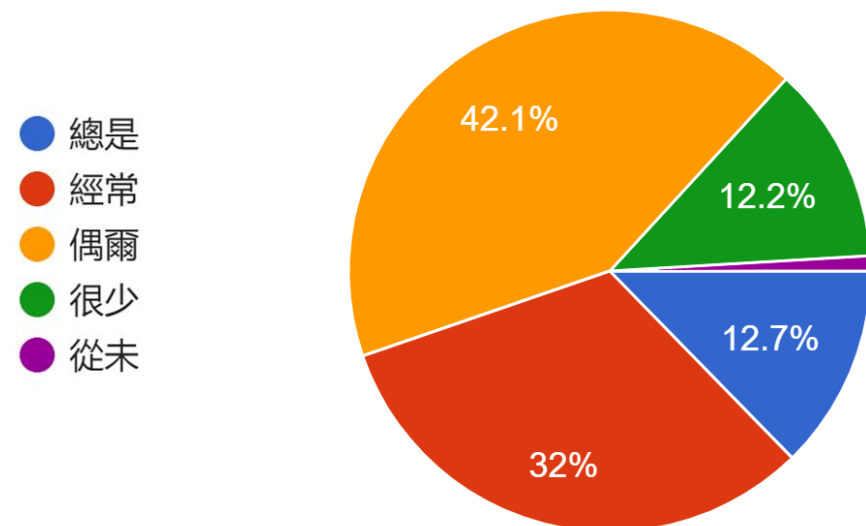
請問您的年齡?

5,629 則回應



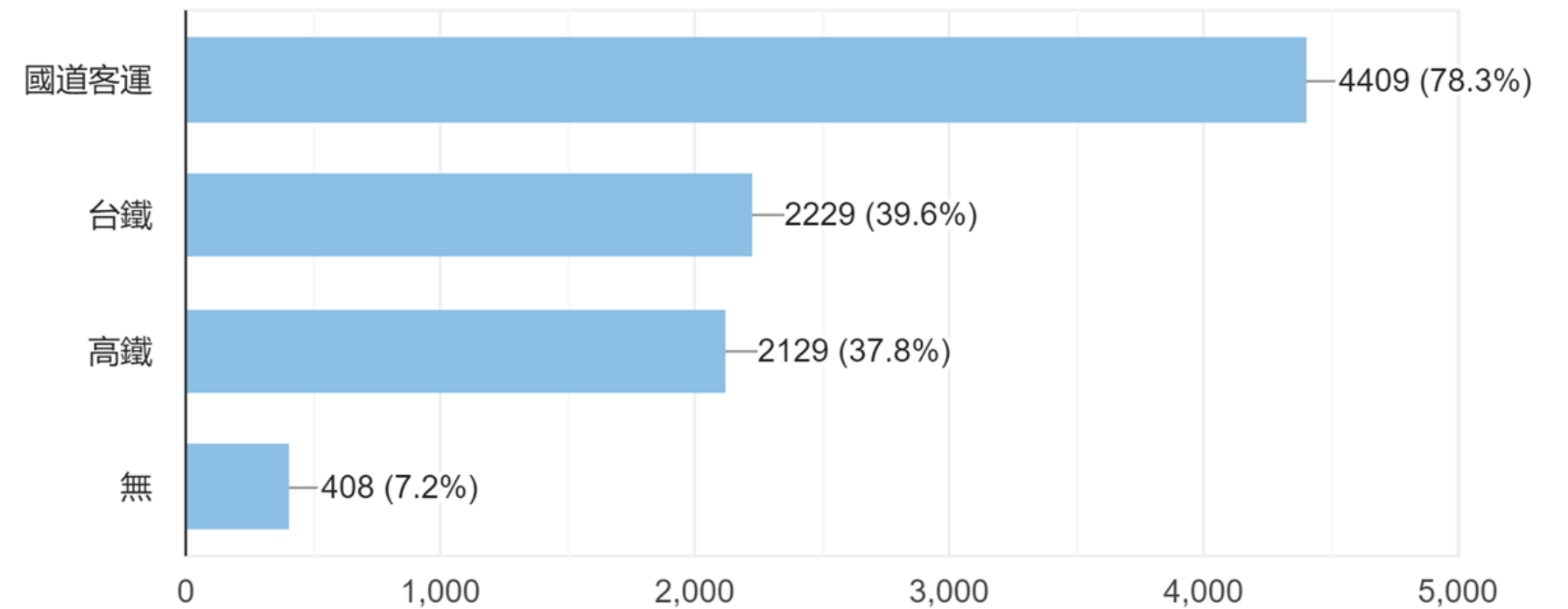
請問您平常是否有搭乘國道客運的習慣?

5,629 則回應



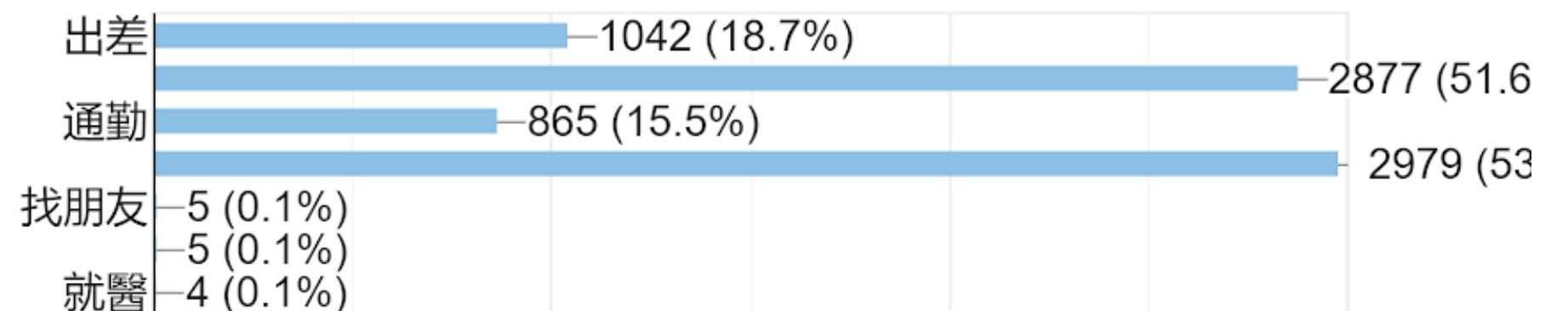
請問您平常搭乘的大眾運輸工具為何?

5,629 則回應



請問您主要搭乘客運的目的是?(可複選)

5,576 則回應

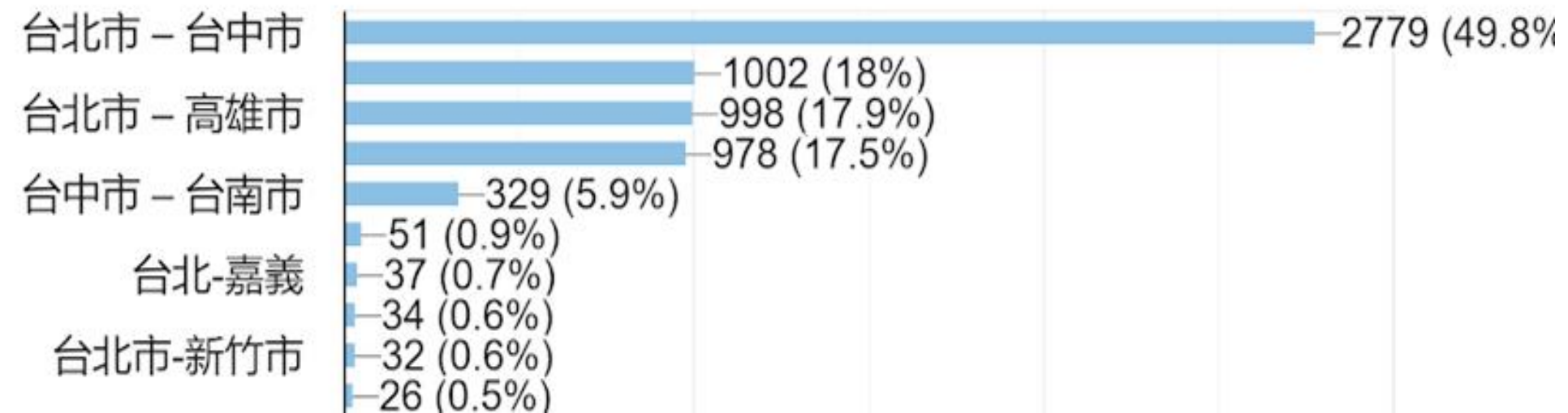


問卷調查分析(5/10)

74

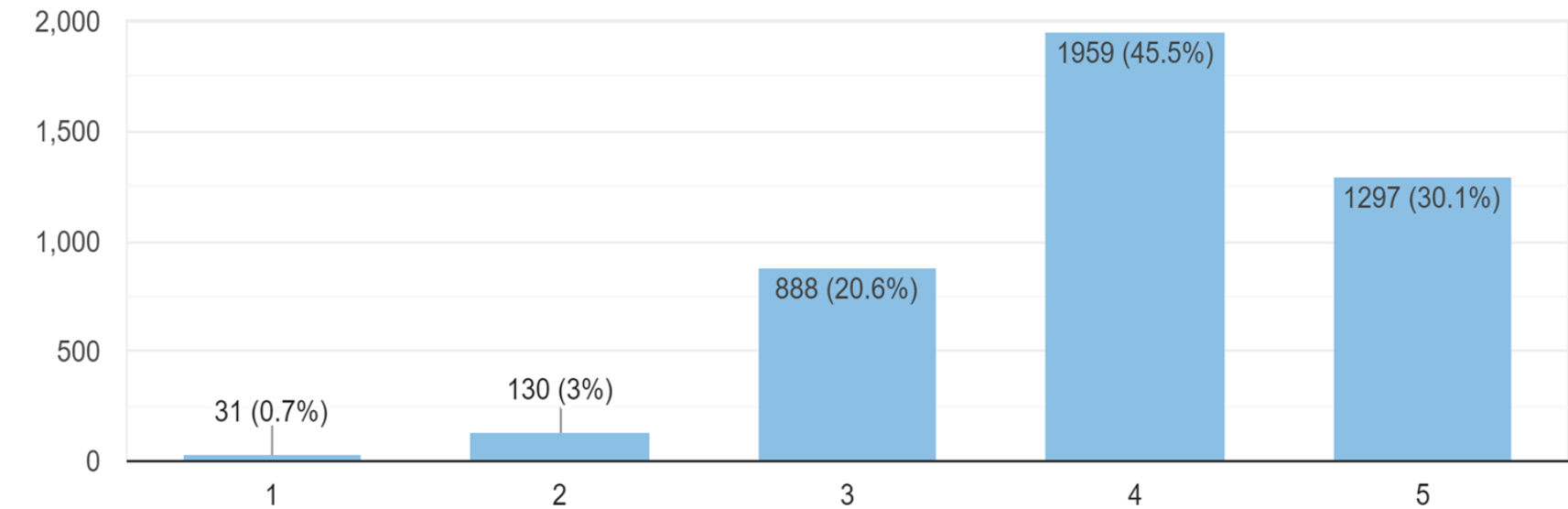
請問您主要搭乘的區間路線(往返)?(可複選)

5,576 則回應



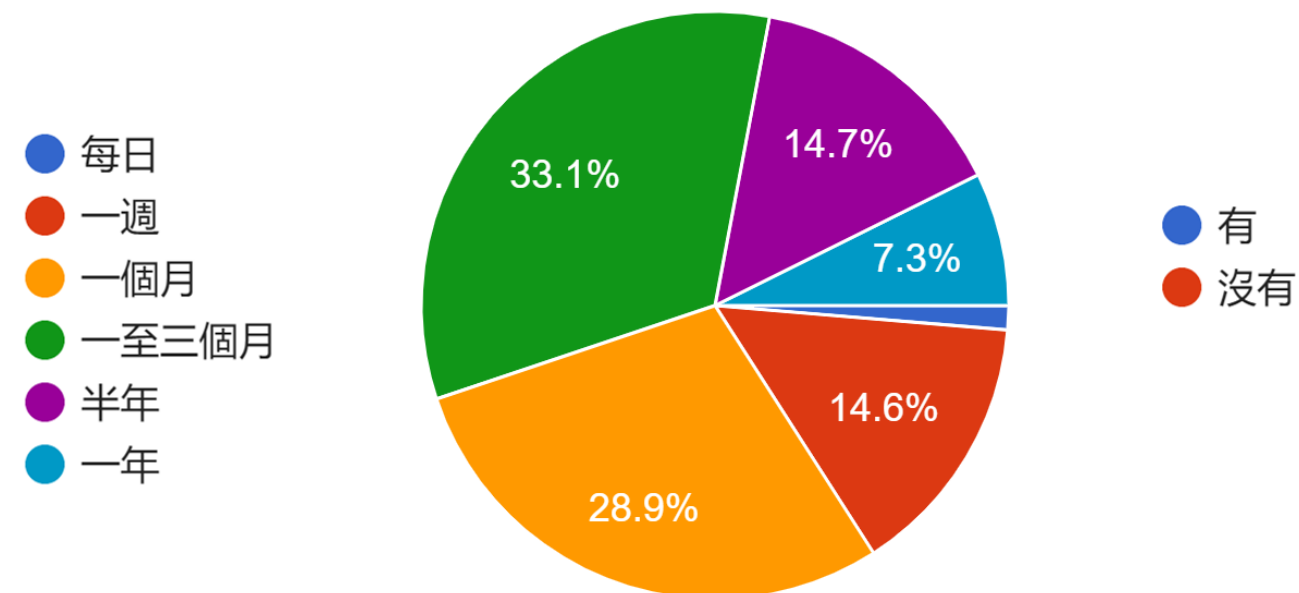
請問您對此TBS APP介面設計及操作流程滿意度?

4,305 則回應



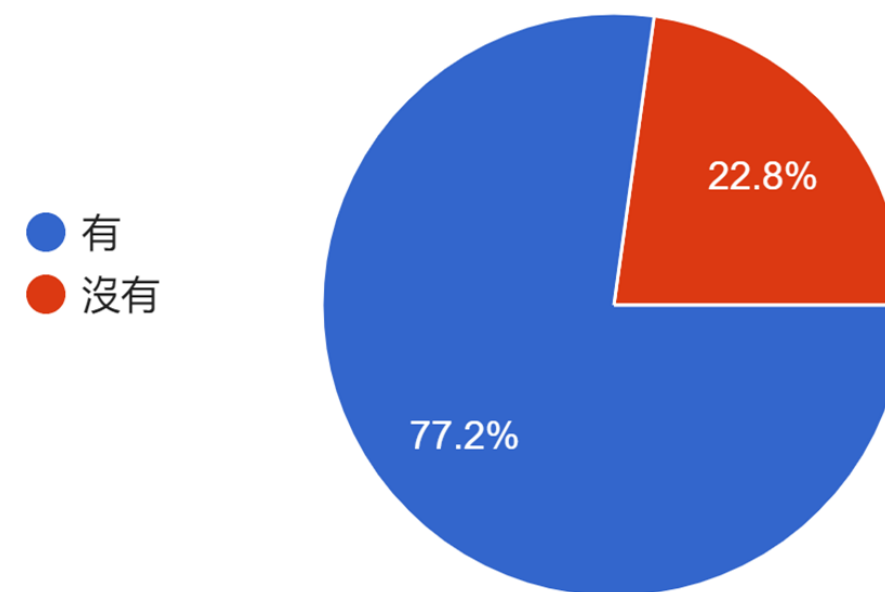
請問您主要多久搭乘一次客運?

5,576 則回應



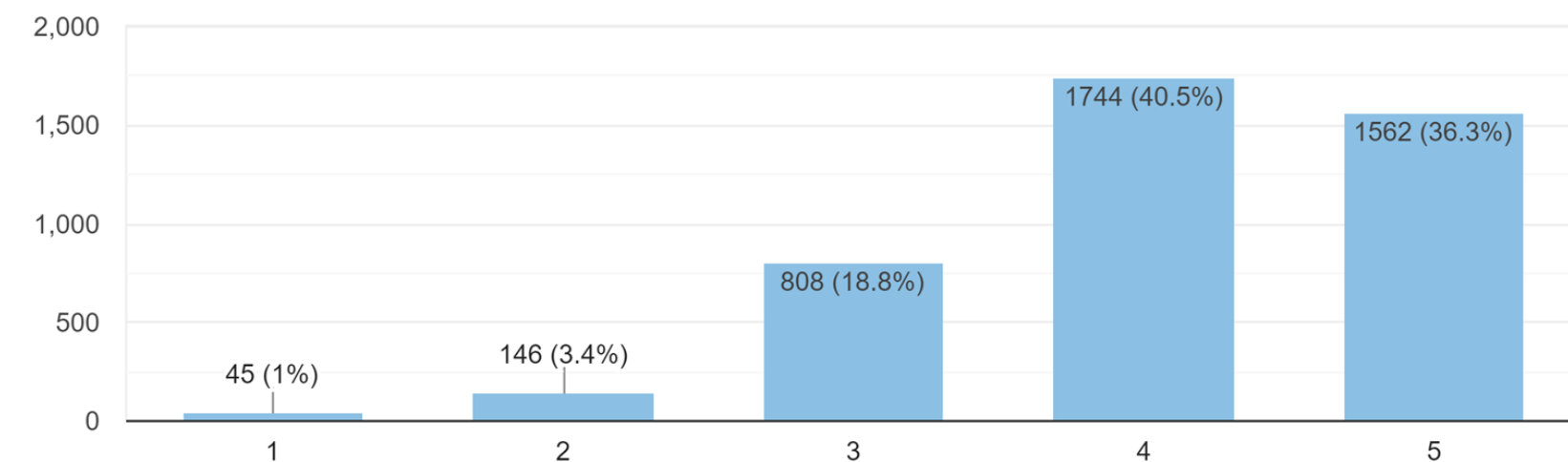
請問您是否使用過此TBS臺北轉運站APP?

5,576 則回應



請問您對此TBS APP購票付費方式滿意度?

4,305 則回應

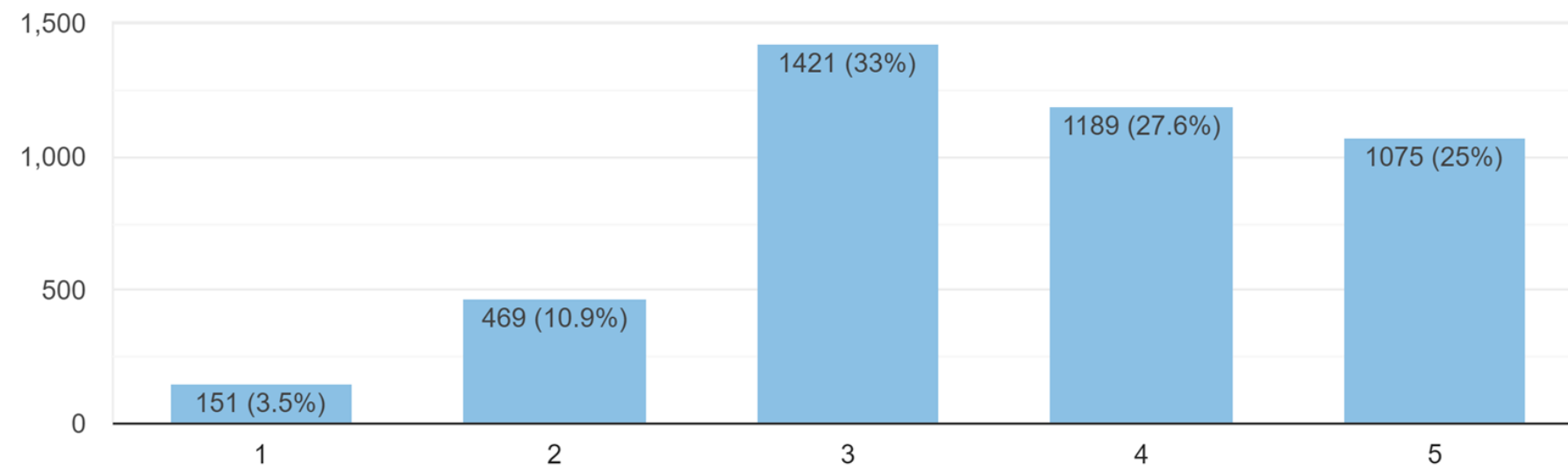


問卷調查分析(6/10)

75

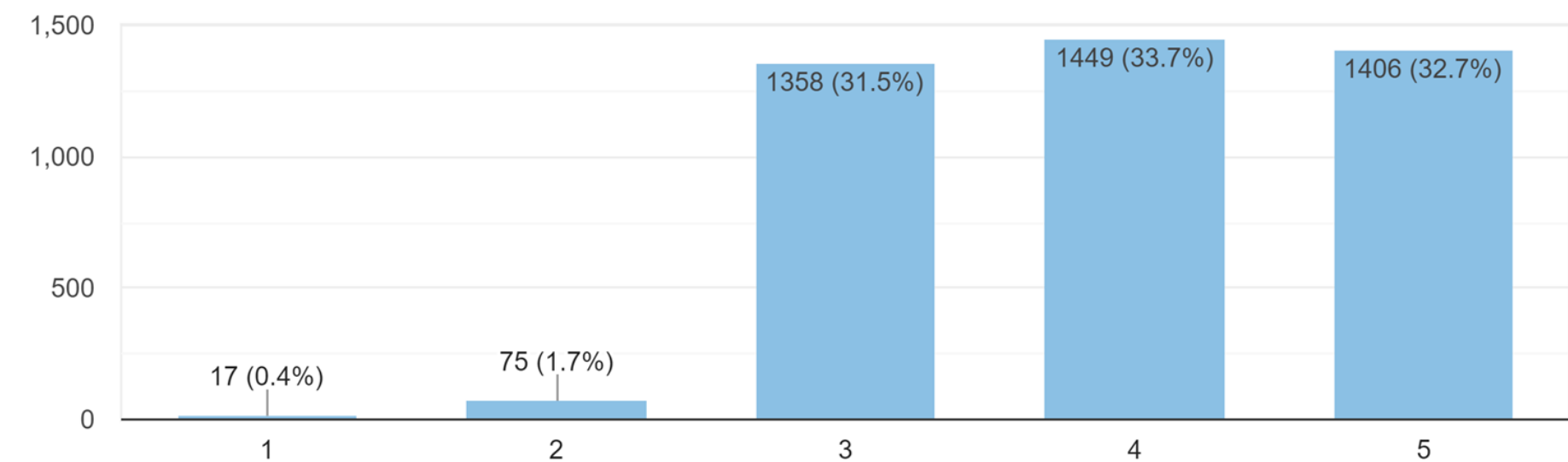
請問您對此TBS APP優惠活動滿意度?

4,305 則回應



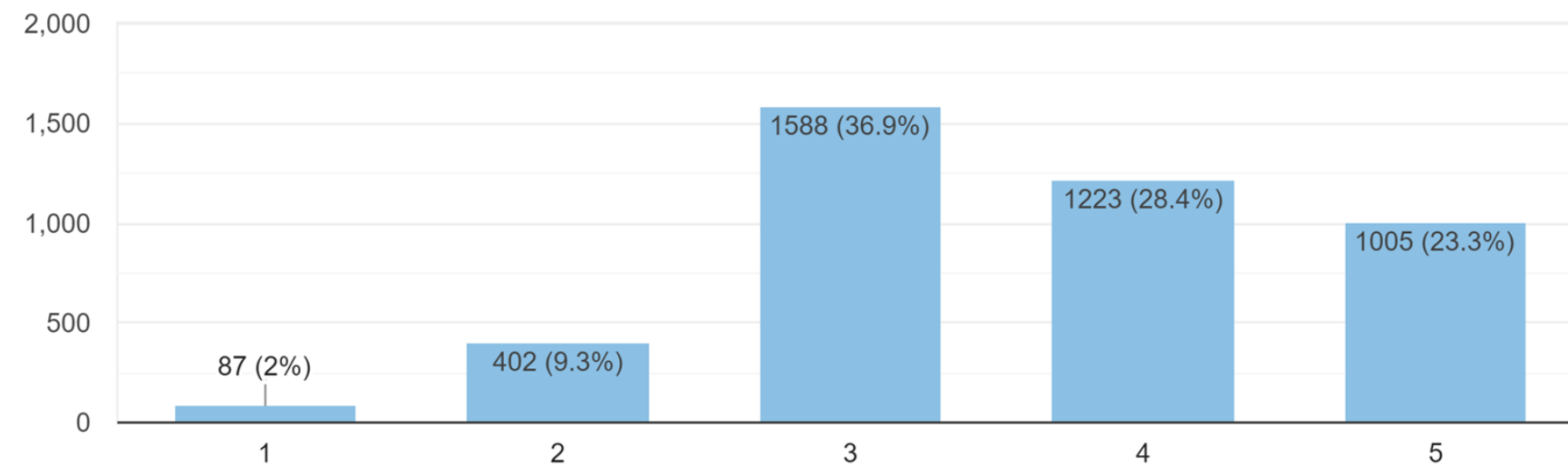
請問您對此TBS APP客服人員滿意度?

4,305 則回應



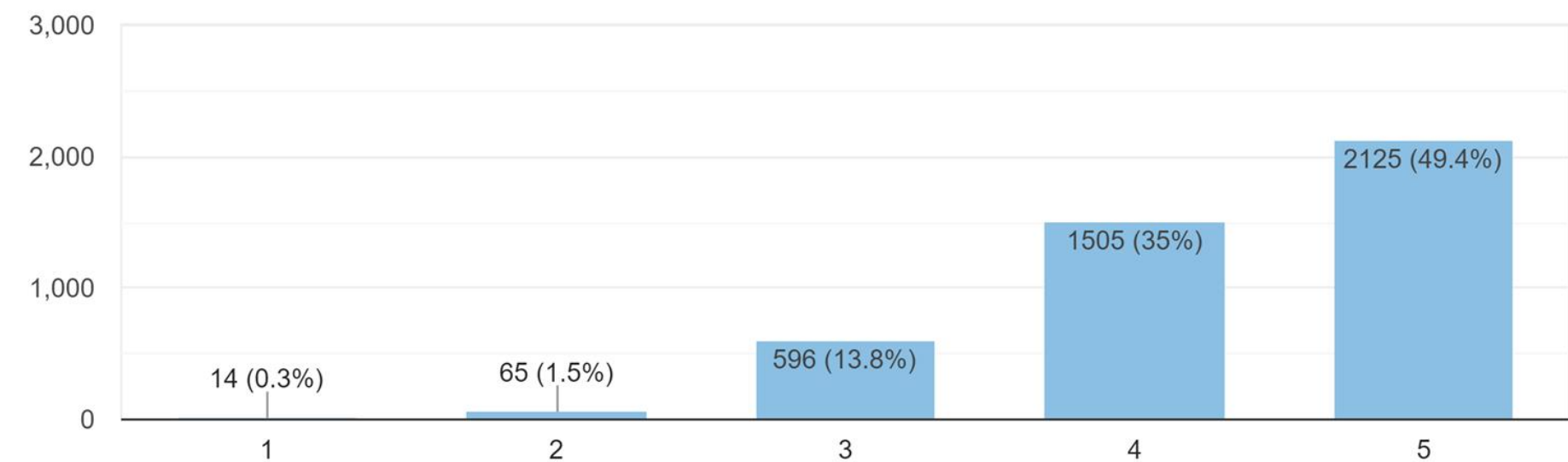
請問您對此TBS APP行銷推廣滿意度?

4,305 則回應



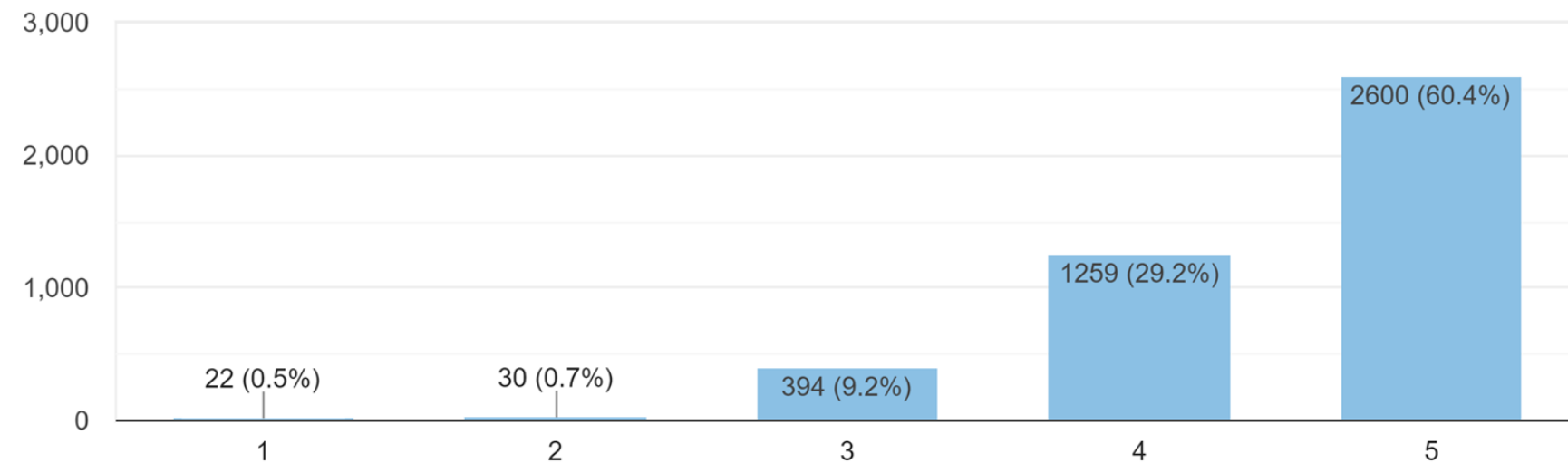
您認為「完善的介面設計及操作流程」對於提升您的使用意願是否有幫助?

4,305 則回應



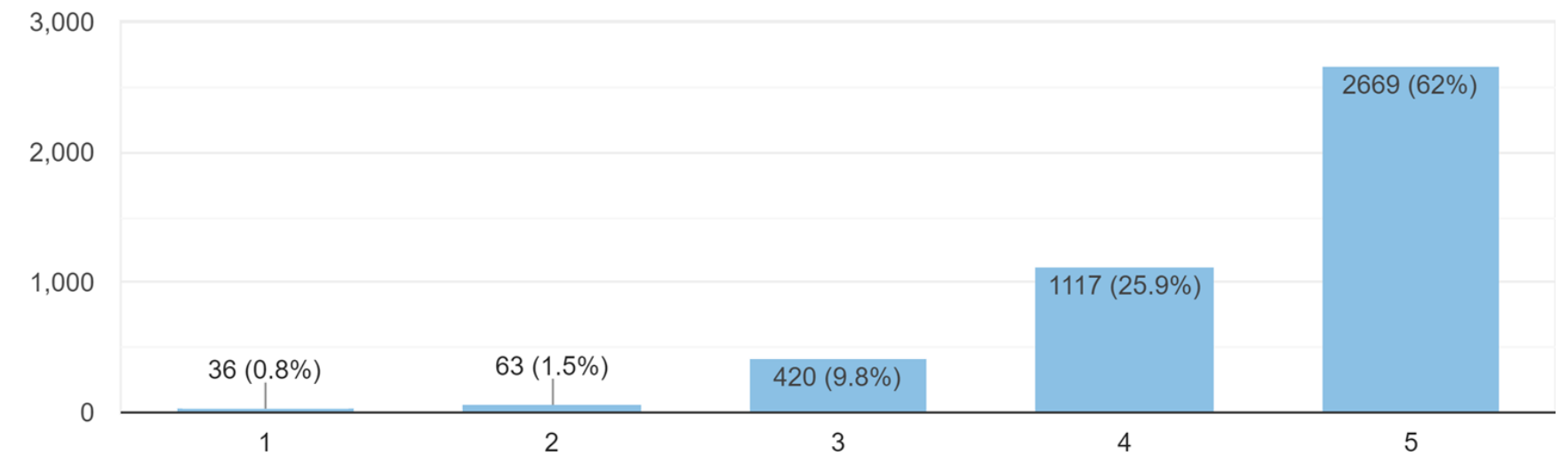
您認為「多管道的購票付費方式」對於提升您的使用意願是否有幫助？

4,305 則回應



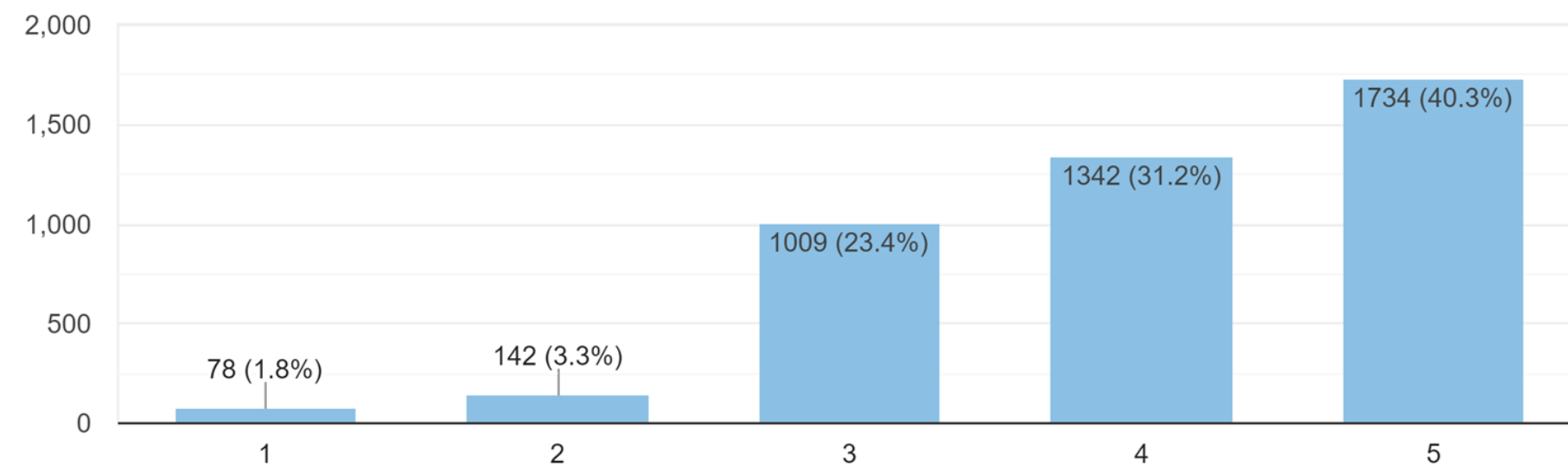
您認為「多項的優惠活動」對於提升您的使用意願是否有幫助？

4,305 則回應



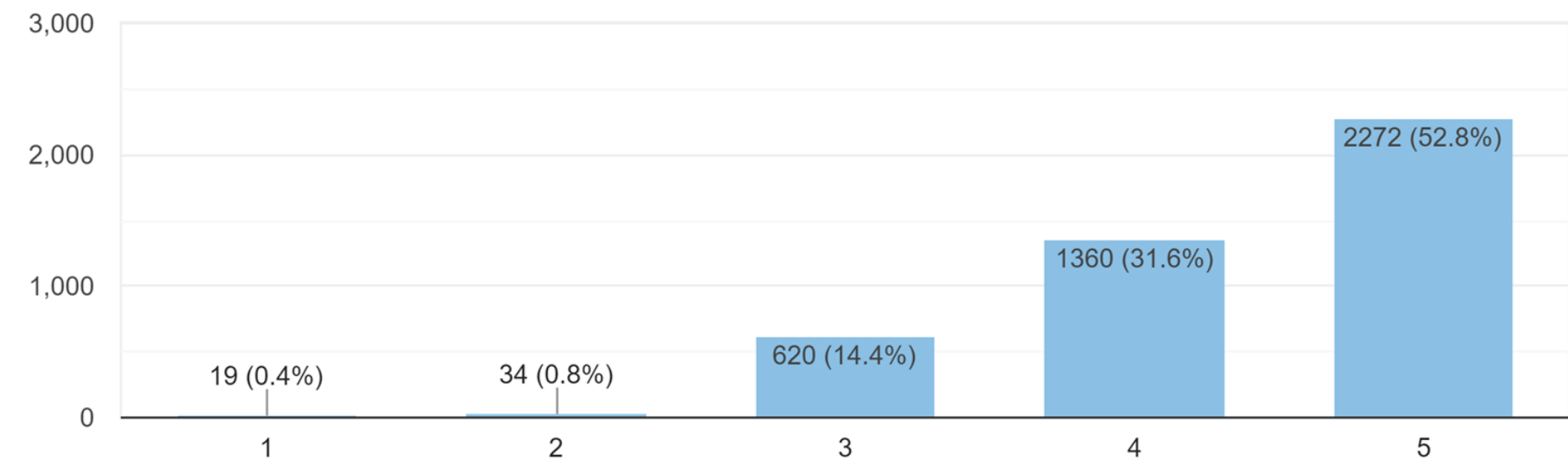
您認為「跨大行銷推廣」對於提升您的使用意願是否有幫助？

4,305 則回應



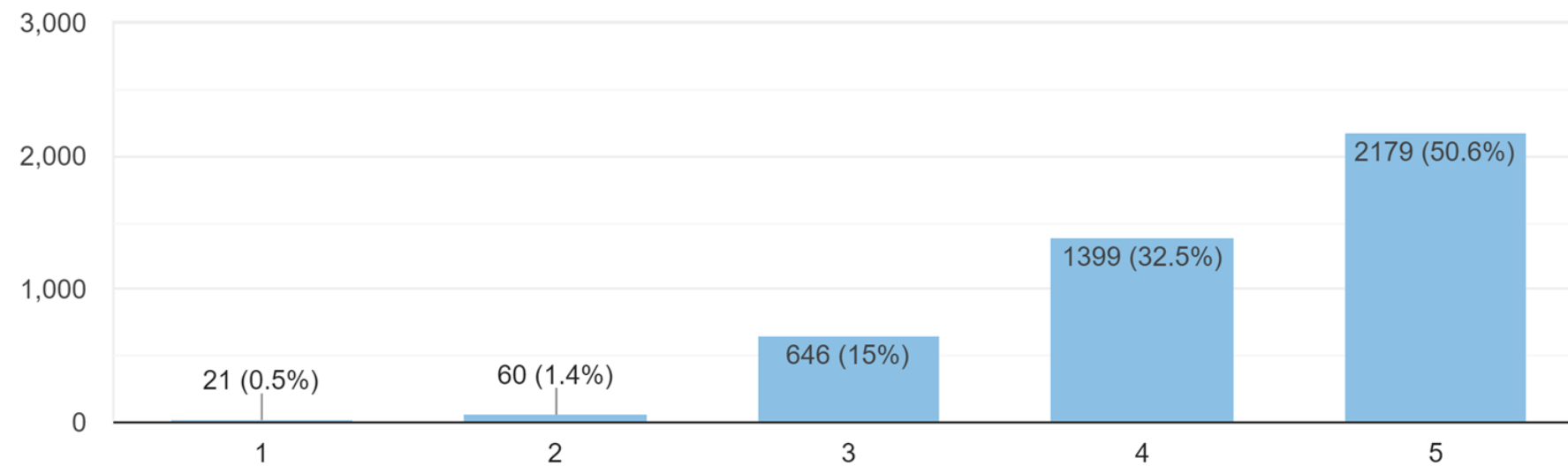
您認為「完善的客服人員服務」對於提升您的使用意願是否有幫助？

4,305 則回應



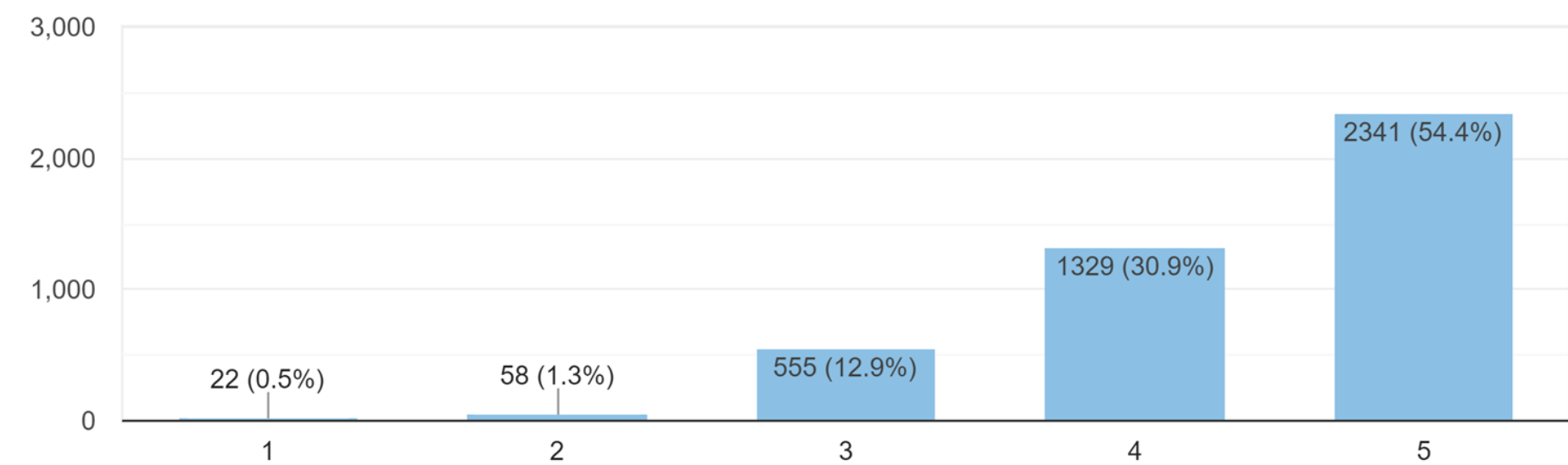
您認為「增加客服快捷鍵」對於提升您的使用意願是否有幫助？

4,305 則回應



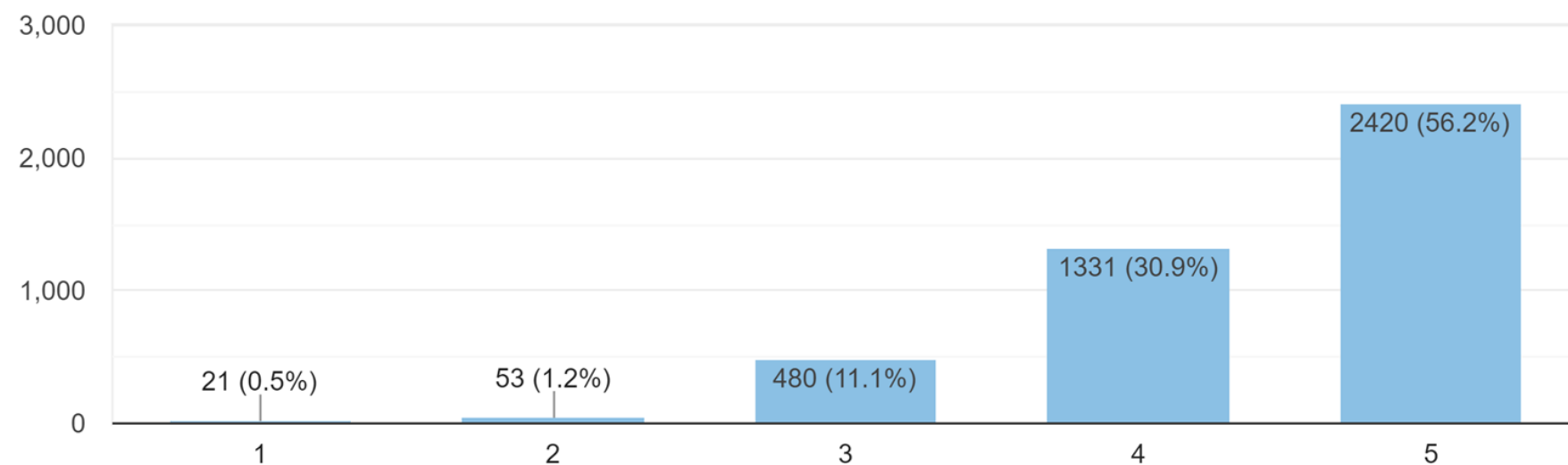
您認為「我的最愛路線」對於提升您的使用意願是否有幫助？

4,305 則回應



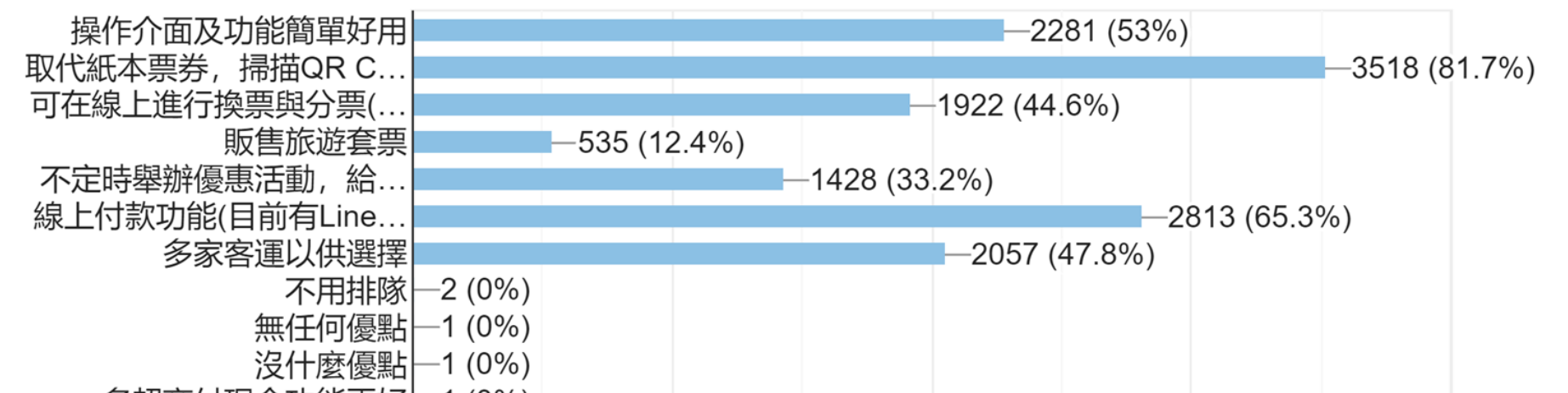
您認為「訂票時自動輸入上次起迄站資料」對於提升您的使用意願是否有幫助？

4,305 則回應



請問您認為此TBS APP有何優點?(可複選)

4,305 則回應

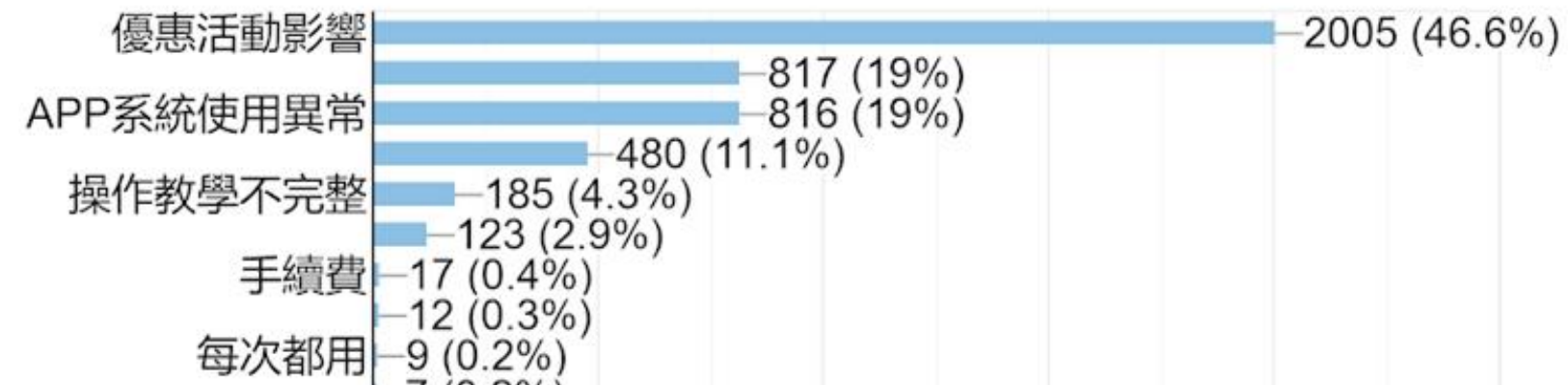


問卷調查分析(9/10)

78

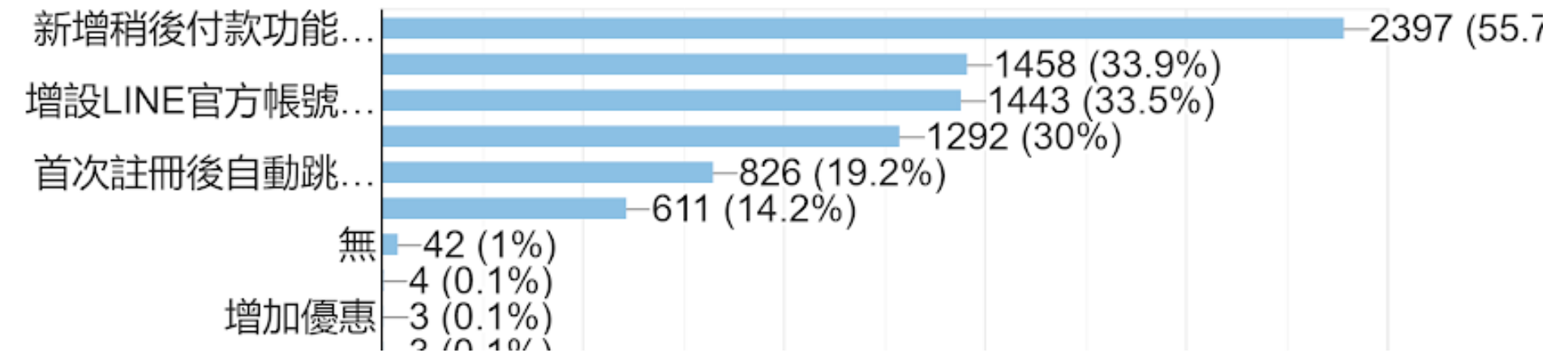
請問您沒有每次使用TBS APP購票的原因?(可複選)

4,305 則回應



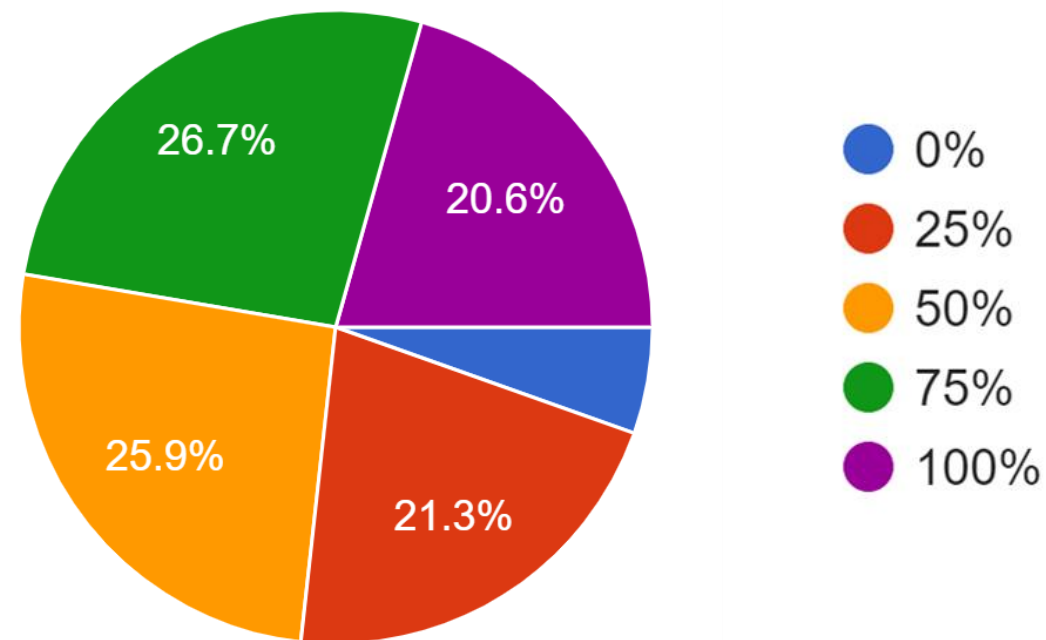
請問您希望此TBS APP可以新增什麼功能或服務?(可複選)

4,305 則回應



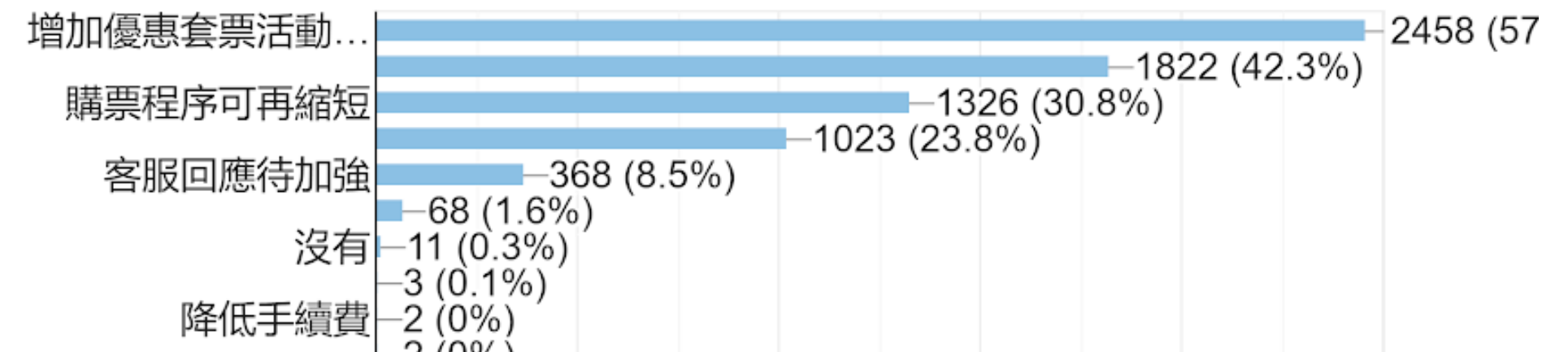
請問您搭乘客運使用TBS APP購票的比例是?

4,305 則回應



請問您希望此TBS APP可以改進或調整的地方?(可複選)

4,305 則回應

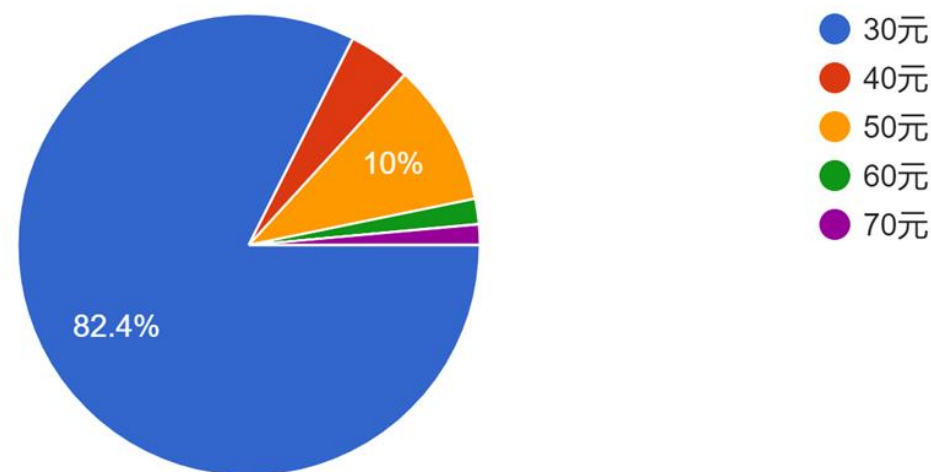


問卷調查分析(10/10)

79

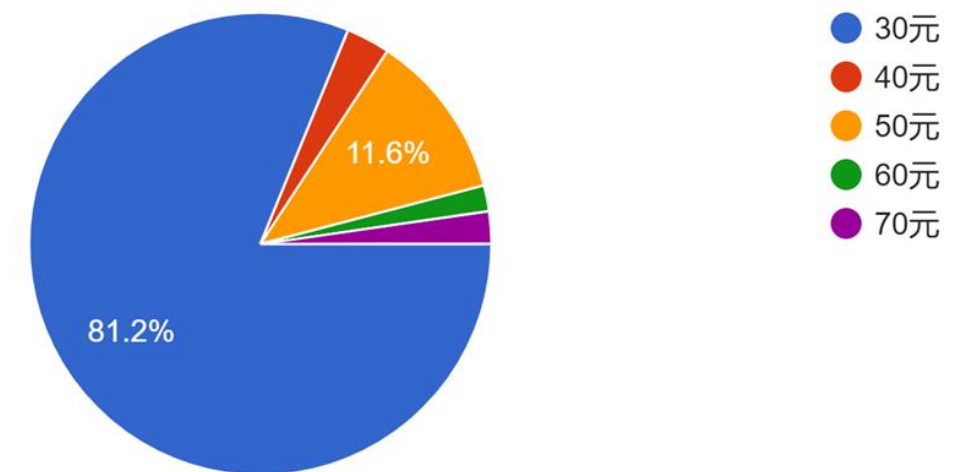
若未來此TBS

APP有訂閱制方案(例如：購票免手續費，無限次換...個人化車票等)，請問您(每月)願意花多少錢使用？
4,305 則回應



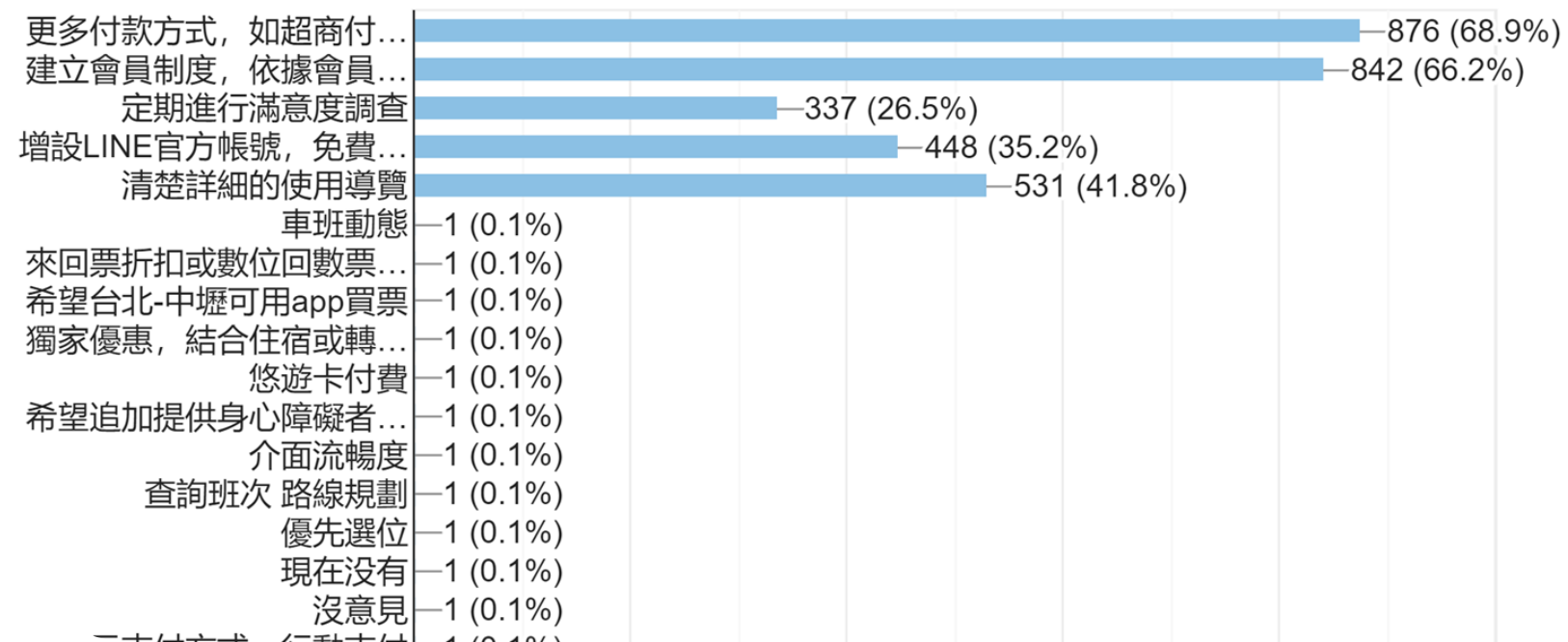
若未來此TBS

APP有訂閱制方案(例如：購票免手續費，無限次換...個人化車票等)，請問您(每月)願意花多少錢使用？
1,271 則回應



倘若要設計客運整合售票系統，您會希望具備哪些功能？(可複選)

1,271 則回應



以下哪些項目會使您有興趣下載TBS APP?(可複選)

1,271 則回應

