

林宏文專欄

活動界的米其林指南！神秘客為特色的實體評鑑——七分二之二的探索共同創辦人楊凱婷&朱建勳專訪



「七分二之二的探索」是由楊凱婷(Tina)、朱建勳(James)、BY三位共同創辦的公司，他們都是體驗活動愛好者，卻經常發現市面上找不到這一類的評比資訊。為了讓服務可以更加規格化，不會到處都充斥著業配文與日記文，因此創立了「七分二之二的探索」，希望能夠成為活動界的米其林，專注於體驗活動類項，讓上班族在一週七天的兩天休假中，能盡情享受探索世界的樂趣。

在創業過程中，他們提出各種討論，哪些才是真正優質的商家？如何建立公正客觀的評比機制？他們發現像米其林指南那樣，以神秘客踩點的方式，建立客觀的評量結果，才能呈現出服務的真實性，也才更接近讀者想要的東西。至於神秘客評比有層層把關的機制，首先是從該領域的愛好者、重度使用者當中招募，依照不同活動類型、消費者在意的項目，建立評鑑表單，體驗之後的文章產出再經過地區負責人、編輯部經理、總編輯三道關卡，最後才會成為網站上讀者看到的評比文。

主持人：「七分二之二的探索」這個名字的由來？

楊凱婷：成立的目標就是希望成為活動界的米其林指南，名字叫做七分二之二的探索是因為一個禮拜上班五天，你只剩下兩天可以去探索人生，所以我們希望剩下的這兩天你就好好的去把握，好好的去玩樂，那前面做功課、分析、踩雷這種事情就交給我們！

我們體驗評鑑的內容其實遍布全台灣各大城市，像台北台中新竹台南高雄等等都有，離島地區跟花東也是我們接下來拓展的重點，活動內容從室內靜態到戶外動態都有，所以大家想要找什麼活動，現在在google搜尋應該也都會看到我們。

主持人：為什麼選活動評鑑做為創業的題目？

楊凱婷：我過去都待在數位行銷領域，分別在軟體業網路業等等的圈子在累積我的經歷，那上班的過程中發現我是一個好奇心很旺盛的人，即使是跟工作無關的活動我都曾想要去體驗，在國內外工作我也體驗了很多不同的活動，想要去探索新的事情，也很喜歡去分析這個活動體驗也做得好不好，也很常在社群上分享跟評論，後來就發現我每一次的分享都很常收到大家私訊我，感謝我分析的很好，就是因為我推薦去體驗完非常的喜歡，因為這樣就漸漸有想法在腦中，是不是我能夠把這件事做的更大，讓大家都得到更多的資訊，後來也跟James聊到這件事情，就發現活動體驗市場其實是缺乏這樣完整的攻略，甚至是真人的懶人包，所以後來我們就決定開始做這樣子的事情。

主持人：那James你要不要也介紹一下過去的經驗，過去的工作歷程好不好？

朱建勳：我自己大學畢業後是在一家金融公司做計算風險，但是後來發現我對於生活中還是比較喜歡有一些挑戰跟刺激的感覺，所以做半年之後就跳到另外一家旅遊新創，這家旅遊新創目前是全台灣最大的，我跟BY也是在那邊認識，後來在跟Tina一直的聊天中就覺得，市場上一直都有這個的缺口，就運用我過去在旅遊業上的經驗，把他複製過來七分二之二的探索。

主持人：一個新的題目，一定有很多的挑戰！

楊凱婷：比較大的挑戰是疫情爆發！三級警戒的時候，所有店家都關了門，對於重要在實體營運的我們是非常大的打擊，店家無法營運，消費者的需求當然也銳減，那六十幾天我關在家裡足不出戶，每天看著網站的數據那些慮到不行，但是我們沒有因為這樣子就停下腳步，也做了許多轉型的嘗試。比如說因應疫情，許多活動都推出了線上版，線上論壇甚至線上密室逃脫，所以我們也火速推出了居家運動、居家活動的企劃評比等等，同時我們也開始規劃把評論這件事情，從活動類拓展到商品類，去把七分二二打造更完整的流量生態圈。

主持人：你們有兩百多位的神秘客，是如何招募他們去做活動的評鑑？

楊凱婷：我們目標要找到對的人，所以會運用非常多的聘用衡量指標，比如說他過去背景的經歷，他的屬性是寫手專欄作家還是某個活動的重度愛好者？他過去喜歡體驗那些類型的活動，跟他的心態，為什麼想要成為神秘客？以及他的生活圈，因為我們非常在意台灣各城市的在地需求，所以他必須要熟悉那邊在地的人想要什麼，以及他是否了解七分二二，各種面向去評估這位應徵者適不適合擔任我們的神秘客。

接著我們也會針對每一位神秘客的屬性，去分配適合他的活動體驗，去讓效益最大化。而且當他喜歡這個活動，他評論出來的東西，才能夠更貼近使用者的需求。

主持人：就你們的觀察，各地消費者消費習慣有什麼不同？

楊凱婷：最直覺的例子就是交通方式，比如說你住在台北，看一間店吸引人的程度，你一定會去評估距離捷運站的遠近，台中人在意的，其實是附近的汽車停車格多不多，台南人看的則是機車停車的方便度。

這也是為什麼後來我們決定各大城市都要有在地的市場經理，我們才能更貼近第一線使用者的需求去做，另外一個有趣的例子是密室逃脫，密室逃脫有各種不同的解謎主題，台北人其實非常怕鬼，所以台北的密室產業就相對比較少這種恐怖、驚悚的主題，到了台中他們就超愛刺激超愛驚悚，可以說全台灣最可怕的主題都聚集在台中了。

主持人：做評鑑主題的創業的獲利模式是什麼呢？

楊凱婷：其實傳統很多商家在做行銷的時候都布局很多管道，他們整個人力或資金其實都沒有辦法很完整的去把行銷這件事做好，所以我們的目標是透過我們的平台，去聚集很明確需求的各種客群，透過一站式新型態的行銷服務，去幫這些客群帶給活動商家。

其中一個當然就是我們的google引擎SEO做的非常好，其實對商家來說，那是最需要耕耘的一塊市場。活動體驗這種無法被規格化的東西，非常需要很真實的評價去買家，大家想要看的是自然搜尋的結果，也就是非廣告的部分，從這一塊我們就可以帶給商家非常精準的客群，同時也透過我們網站內的引流方式切入。

主持人：同樣的商業模式中，世界各國有哪個地方是走在比較前面的？

朱建勳：這個題目其實我覺得滿小眾的，因為活動評價沒有像餐廳評價那麼流行，第一個我覺得主要是消費頻率沒那麼高，第二是活動體驗這件事是從歐美先流行過來，那一定是有錢有閒生活有餘裕以後才會想要去從事額外的事情。

亞洲目前比較常看到日本跟韓國有旅遊電商的出現，剛開始在出現的時候台灣包含亞洲對於這件事情的接受度並沒有那麼高，甚至會覺得為什麼不能跟團就好，為什麼要有活動體驗？慢慢的才被教育說這些是可以拆開的，當同性質的活動出現越來越多的時候，活動的評價才有他的需求。

上一篇：立足在地放眼國際——陽明交大未來醫院金耀榕——陽明交大竹坑醫院院長唐高毅專訪

下一篇：全球低軌衛星商機無限！台灣如何把握機會？——工研院產業顧問服務組副組長廖傑品(機888)專訪

Join DrayTek, Vigor your life

居精品翹楚, 易世界潮流

網通界的績優生

Email: nctu.yosheng_editor@gmail.com

電話: 886-3-5712121#51472

地址: 新竹市大學路1001號浩然圖書館