

Worry - Free PRO 中小企業即時雲端防毒服務

麗兒采家進軍電子商務領域應用趨勢 WFP 打造安全 O2O 全通路服務

成立於 1980 年的麗兒采家，在婦嬰用品業經營超過 30 年歷史，全台共有 9 間門市，隨著時代變遷與消費行為改變，這家老字號婦嬰用品店也得轉型發展虛擬通路，打造虛實整合的 O2O 全通路服務。

「彩妝、3C 產品、與婦嬰用品/童裝，是台灣電子商務市場銷量排行前三名的商品，」麗兒采家經理邱宏翰明確點出轉型發展電商的原因。網路世代下成長的年輕母親，習慣上網搜集資訊、比價與購物，為了服務這群年輕媽媽，麗兒采家於去（2015）年進軍 EC 市場，也在各大電商平台開設虛擬商店。

跨足電子商務首要之務 就是強化資安體制

轉型之路，麗兒采家面臨的第一個關卡，就是來自於電商平台的資安要求。

「我們必須提供報表給電商平台經營者，證明 IT 環境沒有資安風險」邱宏翰說，這對缺乏

資安專業人員的麗兒采家來說，無疑是一大難題，於是他決定尋求專業資安廠商的幫助。

導入趨勢科技 Worry - Free PRO 雲端防毒服務，主要在於：第一、定期提供專家週報，直接滿足電商平台的要求，不必花費額外的人力和時間製作報表；第二、透過雲端提供服務，不需額外購買主機，即可擁有具備中央控管能力的企業防毒，與市場上既有解決方案相比，不僅管理容易且維運成本低；第三、部署簡單，管理者可以快速掌握全公司電腦狀況，哪些機器沒有裝防毒或有潛在風險，一目了然。

定期資安週報 提高對端點電腦的掌握度

一開始，麗兒采家是因為電商平台要求而導入 Worry - Free PRO 雲端防毒服務，但在連續幾個禮拜收到資安專家週報後，讓邱宏翰對公司 IT 環境的信任感與掌握度大幅提升，「不會像以前一樣，無形中會有擔心的感覺，」邱笑著說。



麗兒采家經理 邱宏翰

趨勢科技在品質與防護能力上都有一定的口碑，強化了同仁在處理客戶郵件時的信心，如今同仁在開啟附件檔前不用再三思考，更不必擔心開啟後中毒的風險，可以專注於工作。

隨著產業轉型，麗兒采家從實體通路經營跨足到電子商務市場，透過趨勢 Worry - Free PRO 雲端防毒服務的導入，不只取得電商平台的信任，也強化了消費者信心，為虛擬通路的發展打下成功的基礎。



海鮮王執行長 歐庭佑(右)

「我想要幫助台灣的消費者，不用再擔心食安的風險，」海鮮王執行長歐庭佑 眼神無比認真。

為了實現夢想，歐庭佑放棄香港基金經理人的工作，回到台灣與兄長共同經營海鮮買賣，並在 2014 年跨足電子商務，從每天看財報、和選擇股票的日子，到現在上 Line 或 FB 跟婆婆媽媽分享海鮮怎麼挑選、怎麼料理最好吃，「其實，選股和選海鮮挺像的，都是要幫客戶挑到最好的，」歐庭佑笑著說。

電子商務三大挑戰：客服、行銷和資安

跨足電商才短短 2 年時間，海鮮王已經成為

趨勢科技助海鮮王克服中小企業資安挑戰成功轉型

台灣最大海鮮品牌，目前共有 8 ~ 900 種商品品項，成功的關鍵，是勇於接受改變的態度。2014 年以前，海鮮王走的是 B2B 業務模式，主要客戶為餐廳，透過電話和傳真機來收單，但在發展電子商務後，多增加 B2C 業務模式，透過電商平台或社群媒體接觸消費者，網路成為主要收單管道。

「從 B2B 到 B2C，主要做的改變就是客服、行銷和資安」但是資安問題不是那麼容易能夠解決，尤其沒有合適的對外窗口與資安專家，二來電商平台也沒有針對資訊安全的訓練課程，因此非常需要有品牌和口碑的資安業者協助。「我一直很訝異有這麼合適中小企業的資安產品：使用簡單、服務到位、價格合理，也不完全不用再多配置任何的人力」歐說。

資安專家 主動監控全年無休

海鮮王之前也曾經使用過國外的防毒軟體或

防火牆，但國外品牌沒有考量到在地文化的差異，將作業要用到的程式/系統誤判為木馬程式，導致內部作業相當不方便，而趨勢是台灣本土品牌，品牌知名度高具信賴感，也沒有誤判的問題。

第二個原因則是提供事件通知與告警服務，在偵測到異常事件時，Worry - Free Pro 會主動提醒管理者注意潛在威脅與因應的方法，歐認為，這對電子商務經營者來說非常重要，透過 Worry - Free Pro 的專家建議，可有效降低資安風險，保護客戶資料安全。

最後，歐庭佑以中小企業主兼電商業者的身份強調，很多人以為中小企業因為預算問題而不做資安，其實不然，預算雖然是其中一個因素，但真正關鍵在於找不到適合的解決方案，因此，希望趨勢科技能多多宣傳 Worry - Free Pro 的服務，讓更多中小企業與電商業者都能沒有資安顧慮。