

致理技術學院

資訊管理系 專題期末企畫書

手機旅遊行動服務研究與推廣 -以 MojoTaiwan 旅遊生活家為例

學生：黃秋錦(19810255)

簡毓儒(19810243)

黃宇婕(19810244)

蔡登傑(19810253)

本成果報告書經審查及口試合格特此證明

指導老師：_____ 老師

中華民國 101 年 12 月

實務專題研究授權書

本授權書所授權之實務專題研究為_____

共_____

人，在致理技術學院資訊管理系 101 學年度第 1 學期完成資管實務專題。

實務專題名稱：手機旅遊行動服務研究與推廣-以 MojoTaiwan 旅遊生活家為例

同意 不同意

本組同學共 4 人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法重製，或為上述目的再授權他人以各種方法重製，

不限地域與時間，惟每人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述同意與不同意之欄位若未鈎選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名：

專題生簽名：

(親筆正楷)

學號：

(務必填寫)

中華民國 101 年 12 月 21 日

致理技術學院資訊管理系 「資管實務專題」
101 學年度期初專題報告 評審意見回覆表

出場順序	14	專 題 主 題	手機旅遊行動服務研究與推廣- 以 MojoTaiwan 旅遊生活家為例
問題 1	看不懂企畫書內容。		
回答 1	我們會再加以改進。		
問題 2	如果期末報告沒有達到目標下載量，要做好被當的準備。		
回答 2	我們會努力達到目標下載量。		

* 同學需要回答的問題，請與各位的指導老師討論後填寫，並請指導老師簽名。

* 請同學自行將多餘的列數刪除，如果問題超過 5 個，請自行增加列數。

指導老師簽名： _____

致理技術學院資訊管理系 「資管實務專題」
101 學年度期中專題報告 評審意見回覆表

出場順序	4	專 題 主 題	手機旅遊行動服務研究與推廣- 以 MojoTaiwan 旅遊生活家為例
問題 1	如何證明 APP 下載量提升是因為經過我們宣傳的?		
回答 1	雖然廠商方面無法提供詳細數據，但是經過我們的 po 文和粉絲團的分享，軟體下載量有小幅度的成長		
問題 2	詳細數據。		
回答 2	廠商方面沒有記錄每月的數據，只提供一次性數據給我們。		
問題 3	是否持續推廣?! 持續多久?! 停止推廣後到現在做了什麼事?		
回答 3	推廣從 2011/11 開始到 2012/09 暫停推廣，推廣進行即終止後總共發放了兩份問卷來調查使用者下載意願及使用情形，暫停推廣後著力於分析問卷資料及統整和期刊小論文的籌備與撰寫。		
問題 4	搜尋旅遊生活 APP 才找到的 MOJO TAIWAN，是否能直接搜尋"旅遊生活"OR"旅遊 APP"就能搜尋到相關資訊?		
回答 4	針對於"旅遊生活"的關鍵字因包含範圍太廣泛，較不易與 APP 程式扯上關係。		

* 同學需要回答的問題，請與各位的指導老師討論後填寫，並請指導老師簽名。

* 請同學自行將多餘的列數刪除，如果問題超過 5 個，請自行增加列數。

指導老師簽名： _____

致理技術學院資訊管理系 「資管實務專題」
101 學年度期末專題報告 評審意見回覆表

出場順序	11	專 題 主 題	手機旅遊行動服務研究與推廣- 以 MojoTaiwan 旅遊生活家為例
問題 1	因為我們的推廣和研究、分析，幫廠商做了什麼？		
回答 1	我們提供意見和多項功能給廠商，最後廠商只取決分享和日誌功能。		

* 同學需要回答的問題，請與各位的指導老師討論後填寫，並請指導老師簽名。

* 請同學自行將多餘的列數刪除，如果問題超過 5 個，請自行增加列數。

指導老師簽名： _____

誌 謝

專題的製作考驗的是團隊分工，這一年多的作業一路上要感謝很多人，由於殿偉老師的關係讓我們有機會接觸到這次專題的題目，也要謝謝溫普敦願意提供這樣的機會讓我們可以學習到實務經驗，並提供我們許多相關資料做參考。

感謝網路上的朋友們願意撥空且耐心地幫忙我們填寫問卷和分享，也感謝學弟妹們願意讓我們在班上練習推廣，感謝老師們願意借給我們一點點的時間做宣傳，特別要感謝蔡殿偉老師耐心的指導、鼓勵，在百忙之中抽出時間與我們一起討論，提供寶貴的意見並指引我們方向。

感謝期初、期中、期末的評審老師們耐心聆聽及建議，謝謝資管系學會協助我們舉辦專題展，讓我們展出成果和繼續推廣。最後要感謝各位組員的合作，一年多的時間大家都能互相配合和體諒。

摘要

伴隨行動裝置的出現，很多原本就便利的服務變得更加便利，只要有攜帶行動裝置便可通行無阻。近年來科技愈發進步，許多東西已不再是以以前的方式進行，像是書本，只要有下載手機軟體便可以在行動裝置上瀏覽和閱讀，隨時隨地更新訊息比書本快速又正確，尤其台灣是屬觀光旅遊產業興盛的國家之一，旅遊 APP 軟體更是不可少的。

智慧型手機的出現，就像隨身攜帶著電腦，能即時上網搜尋資訊，甚至資料也能存於手機裡，也減少了紙張的使用。例如：外出旅遊時，下載 Google Map 就能了解自己的方位，也能了解如何抵達目的地，不需帶著一本地圖。

隨著人們的需求進而開發出多樣化的 App 軟體，依照使用者需求分門別類，方便搜尋。其中軟體的下載人次會顯示此 App 軟體的實用性與市場接受度，下載數越高則知名度越高，開發團隊也能透過使用者的評價意見改進軟體，讓軟體本質更好，便利使用者使用，才能打開知名度。

目錄

摘要.....	甲
圖目錄.....	3
表目錄.....	4
第一章 序論	5
第一節 研究背景.....	5
第二節 研究動機.....	5
第三節 研究目的.....	6
第二章 文獻探討	7
第一節 App 介紹.....	7
壹、App 特色.....	7
貳、何謂 App.....	7
第二節 手機旅遊行動服務探討.....	7
第三章 行銷方法	8
第一節 Facebook.....	8
第二節 部落格.....	8
第三節 論壇網站.....	8
第四節 問卷調查.....	9
第四章 研究方法	10
第一節 問卷設計(第一份).....	10
第二節 問卷設計(第二份).....	16
第三節 SWOT 分析	18
第四節 PEST 分析	18
第五節 五力分析.....	19
第六節 競爭者分析.....	21
第五章 結論與建議	21
第一節 結論.....	21
第二節 後續建議.....	21
第六章 進度規劃	22
第一節 工作分配表.....	22
第二節 甘特圖.....	22

圖目錄

圖 4.1.1 問卷第一題.....	10
圖 4.1.2 問卷第二題.....	10
圖 4.1.3 問卷第三題.....	11
圖 4.1.4 問卷第四題.....	11
圖 4.1.5 問卷第五題.....	12
圖 4.1.6 問卷第六題.....	12
圖 4.1.7 問卷第七題.....	13
圖 4.1.8 問卷第八題.....	13
圖 4.1.9 問卷第九題.....	14
圖 4.1.10 問卷第十題.....	15
圖 4.1.11 問卷第十一題.....	15
圖 4.5.1 五力分析圖.....	19
圖 6.2.1 甘特圖.....	22

表目錄

表 4.2.1 問卷設計(第二份).....	16
表 4.3.1SWOT 分析表	18
表 4.4.1PEST 分析表	18
表 4.6.1 競爭者分析.....	20
表 6.1.1 工作分配表.....	22

第一章 序論

第一節 研究背景

近年來由於蘋果產品崛起，帶動手機新的里程碑。以前手機僅僅包含照相功能，而現今不僅能即時上網查詢、更新訊息資訊，也能小額付費、衛星導航...等多元便利功能，讓全球社會大眾越來越依賴此高科技產品，也令各科技產業紛紛投入研究開發手機 App 市場。

智慧型手機 App 軟體各式各樣的類型都有，下載量超乎想像，其帶來的利益更是龐大，無數種類的 App 軟體，不管是遊戲還是顯示周遭事物，甚至還有定位功能，也致使 App 軟體產業蓬勃發展。

旅遊業目前為六大新興產業之一，目前偏好自助旅行的人越來越多，靠著旅遊書上的介紹自行規劃行程，但書本介紹無法即時更新資訊，因此溫普敦公司開發出了旅遊類相關軟體，讓使用者能輕鬆藉由智慧型手機就可查到觀光資訊，我們將協助找出 MojoTaiwan 旅遊生活家需要改善或增加之功能，並構想如何成功推廣此 App 軟體，使其軟體能讓廣大的使用者使用。

第二節 研究動機

智慧型手機已融入我們生活中成為生活必需用品，而行動上網帶給我們便利，也帶來可觀的獲利。相對的 App 軟體市場需求也相當多元，廠商研發了各式各樣便利生活的手機服務。

在市面上有許多款旅遊 App，像是台灣遊、Mobile01 Dove、hiPage 搜 go!、隨身導遊等等，如此多款相似性 App 軟體的特點、資訊和實用性等，隨著人們的需求進而開發出多樣化的 App 軟體，依照使用者需求分門別類，方便搜尋。

App 有著無限的潛力，我們與溫普敦科技公司合作，協助行銷其軟體 -MojoTaiwan 旅遊生活家，以消費者的心態來看看需要加強哪些功能，可以對旅遊生活家有更好的幫助，希望能造福更多社會大眾有更好、便利的軟體使用，增加各位的生活便利性。

第三節 研究目的

“MojoTaiwan”在 2010 年 12 月獲得國家通訊手機介面競賽的冠軍，但是知名度還不夠高，急於透過行銷的方式提高能見度，因此藉由我們專題研究來推廣此 App 並且提升知名度與下載量，將 MojoTaiwan 成為排行榜中的熱門選項。

現今資訊越來越發達，大多數人都習慣使用掌上型微電腦，走到哪就習慣性打卡、即時更新個人資訊動態分享，但大部分使用者不會即時查詢有關週遭資訊，例如：吃、喝、玩、樂等，以上也為研究目的之一。

目前社會生活中都離不開智慧型方面的產品，當所有的便利資訊都被放進小小的手機裡，各式各樣的 App 軟體都有，如果所有功能都能結合在一起時，能發揮出多大的效用，也就是"生活化"，此為研究目的之二。

第二章 文獻探討

第一節 App 介紹

App, Application 之簡稱, 意思就是應用程式。2008 年 7 月 11 日, App Store 上線, 在上線的 72 小時內, App Store 裡的 App 下載次數便衝破一千萬。

App 就是軟體開發商針對智慧型手機及平板電腦所開發的一種程式, 它透過專屬的 Market 下載, 可以很快速的進入符合手機和平板電腦使用。除了一些基本的功能以外, 它也可以是遊戲、刊物、網站的入口。

僅僅說長也不長的 36 個月, 至 2011 年 7 月, App Store 裡的 App 總下載量次數已經突破 150 億次。以億為單位迅速增加的下載量, 對軟體開發商、新型態廣告商或行銷公司來說只代表了四個字: 商機無限。

壹、App 特色

App 的特色就在於是各式各樣的軟體, 可以是遊戲輔助工具, 是現在流行的新趨勢, 也是新的賺錢方式, 現在大家都朝向 App 的市場競爭, 儼然形成一個新時代的商業模式。

貳、何謂 App

指的就是你手中的智慧型手機及電子影音產品所對應的應用程式平台, App 應用程式圍繞於日常生活的各項需求, 地圖、時間、天氣、遊戲、飲食、旅遊、閱讀... 等, 隨者使用者的喜好與使用習慣, 造成一股下載使用熱潮, 也進一步帶來無限的商機。連天下雜誌、數位時代及各大評比網站都將 App 的應用列為 2012 年重點的發展科技指標。

第二節 手機旅遊行動服務探討

現在許多業者結合 App 軟體來介紹當地周邊的旅遊相關資訊, 透過下載 App 或是掃描 QR CODE 來取得資訊, 或是下載旅遊相關 App 軟體, 依照上面所安排的行程來遊玩, 這樣就不需要帶著旅遊書, 增加行李重量, 又可以做到環保。

第三章 行銷方法

第一節 Facebook

Facebook 是目前全世界使用者最多的社群網站，在這個社群平台上有各式各樣的應用程式，朋友之間互相串連在一起，使得用戶量在短期內迅速累積，可以即時發布訊息、動態訊息等，在這龐大的社群網站中所有者極為可觀的利益。

我們利用廠商的粉絲專頁來介紹 Mojotaiwan 系列 APP，利用轉貼方式讓朋友們知道這款軟體，在粉絲專頁上不定時更新新的資訊，吸引用戶去下載來使用，或許他們會發佈自己使用過後的心得誘使朋友們也相繼下載使用。

第二節 部落格

很多知名的部落格的網站都有用心經營的部落客，在自己的部落格裡非常認真撰寫文章，免費提供很多有價值的資訊給網友，累積有一定的讀者與影響力，介紹各式各樣自己試用過的東西，推薦網友使用。

有些網友會利用部落格撰寫心情日誌，會互相留言或打氣，甚至會詢問，也會到別人的部落格裡看看別人的文章，利用瀏覽的方式增加曝光率，在部落格上介紹 APP 軟體，藉此提高其知名度。

第三節 論壇網站

各個論壇網站都有分類，很多網友也會上去尋找所需的資料，或是回應留言的問題，我們在各大論壇上、相關的分頁裡推廣旅遊生活家，介紹軟體的功能性、介面性和方便性等，並回覆對於有關旅遊問題的發問者提供軟體的介紹並推薦使用。

大多數消費者都會上網找尋疑問的解答，也會習慣性地去看每日新的文章，上網找最新資訊和資料是最方便的事，如果剛好有人分享便會去試用，試用完便會去建議有相關問題的網友，藉此相互流傳，也可以達到提高軟體的曝光率和知名度。

第四節 問卷調查

上網參考已上架的相關 APP 軟體，相互比較功能性、介面性、便利性，初步的問卷調查，主要是分析目前大眾對於智慧型手機的擁有程度、對旅遊 APP 軟體的下載次數，來了解目前人們是否能夠接受使用手機 app 程式來代替旅遊書，也從中了解免費和付費軟體的接受度。

第二份問卷主要針對於大學生所做調查，請他們試用過後，針對幾點問題來做出回應，像是在什麼樣的情形下願意使用即時付款、使用過後有沒有覺得什麼地方要改善、在什麼樣的情形下會願意跟親人朋友分享等。

第四章 研究方法

第一節 問卷設計(第一份)

第一題 性別 男 女

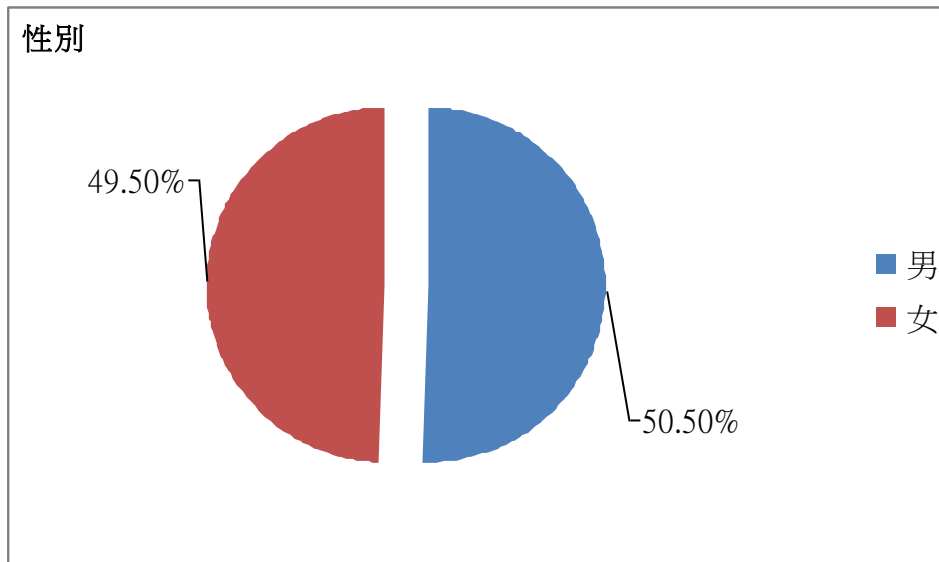


圖 4.1.1

第二題 年齡 13 歲一下 13 歲~19 歲 20 歲~25 歲
26 歲~30 歲 31 歲~40 歲 41 歲~50 歲
51 歲以上

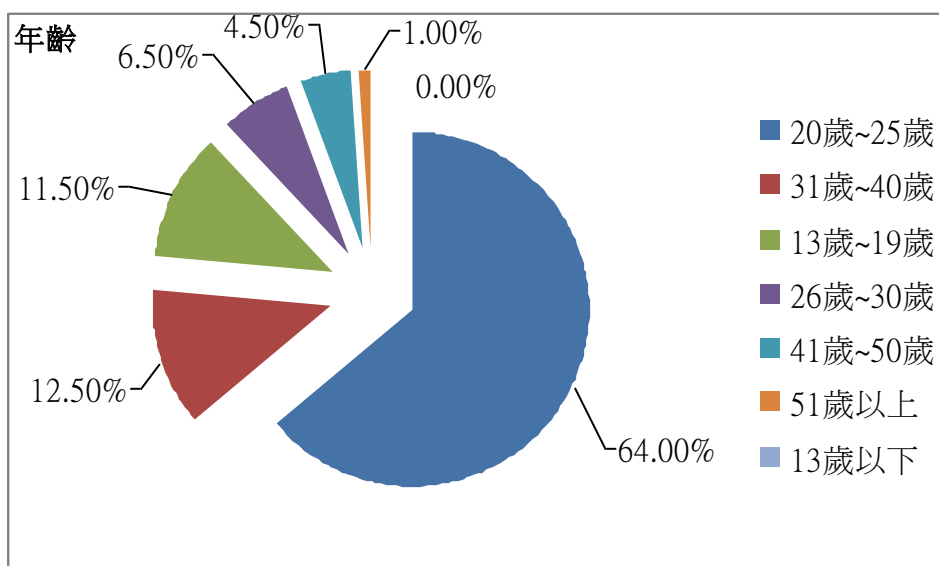


圖 4.1.2

第三題 教育程度 國小以下 國中 高中 大專校院 碩士
博士

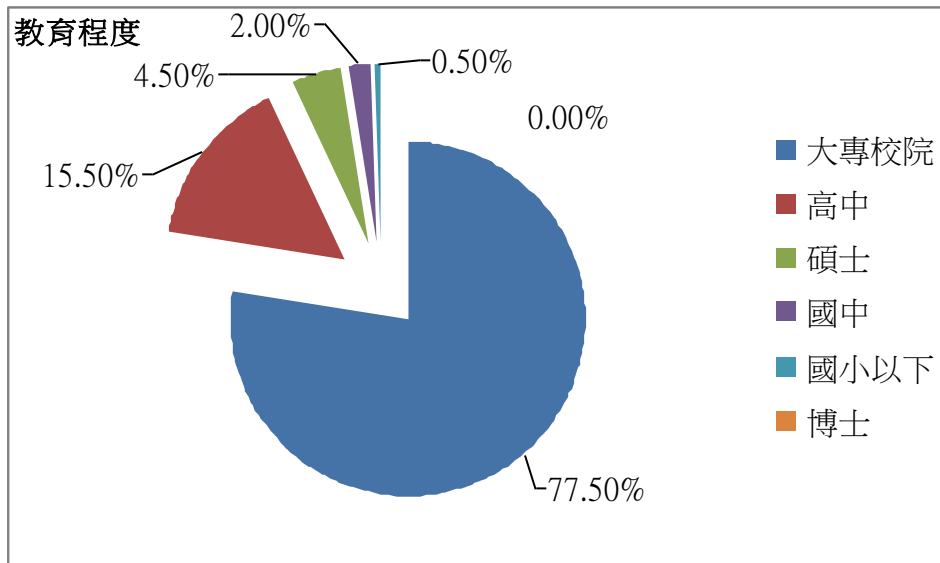


圖 4.1.3

第四題 是否在學 是 否

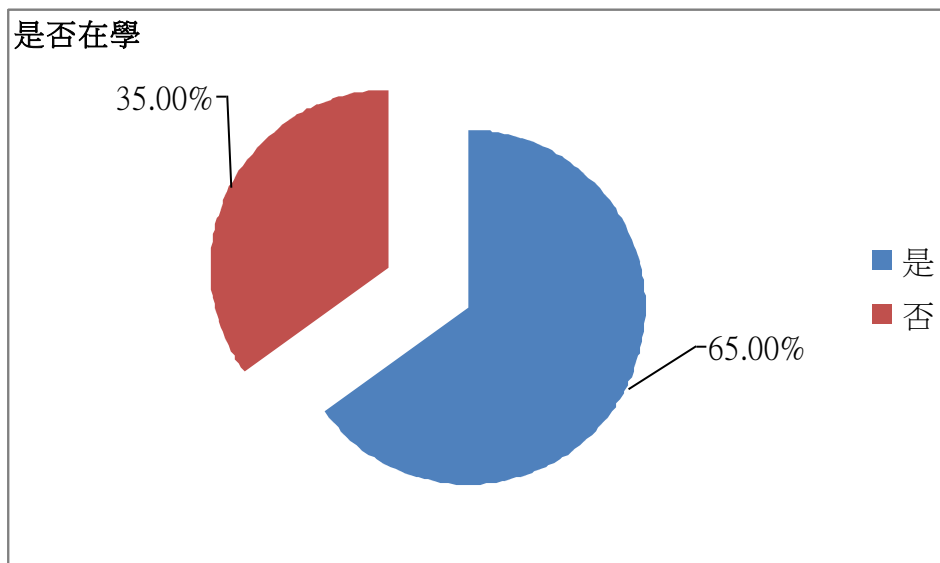


圖 4.1.4

第五題 您是否有智慧型手機 是 否(否，則跳到第八題)

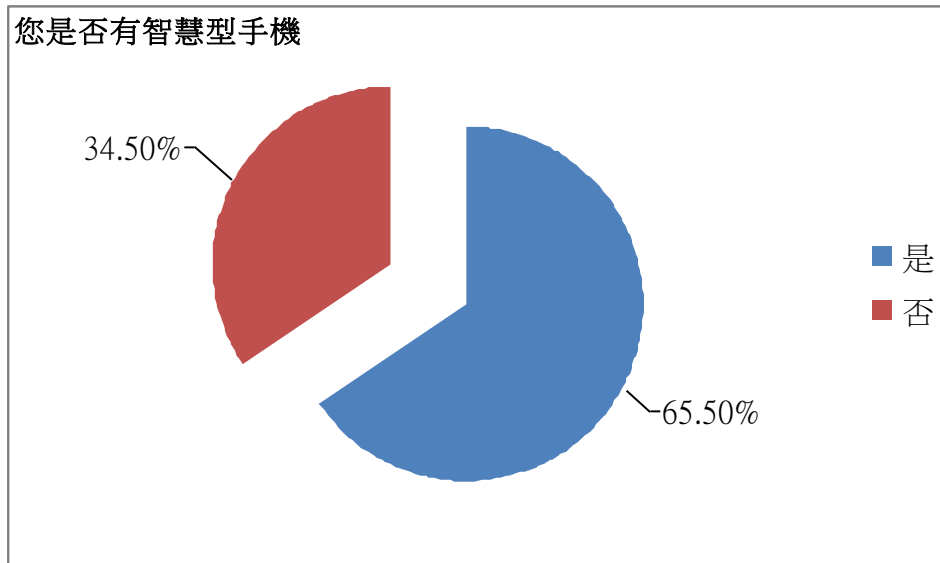


圖 4.1.5

第六題 您是否會使用付費的手機 App 軟體 是 否

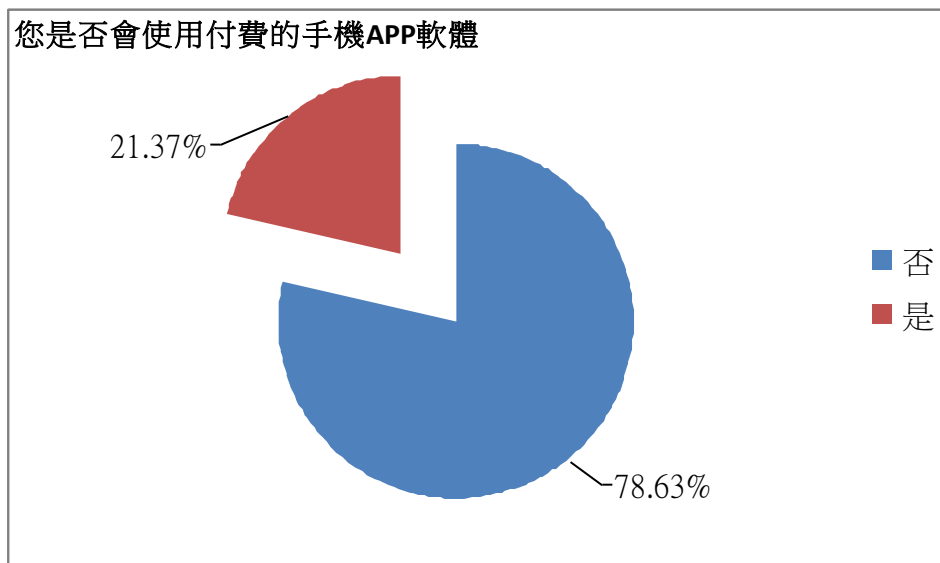


圖 4.1.6

第七題 您是否會使用手機旅遊軟體查詢您要去的目的地 是 否

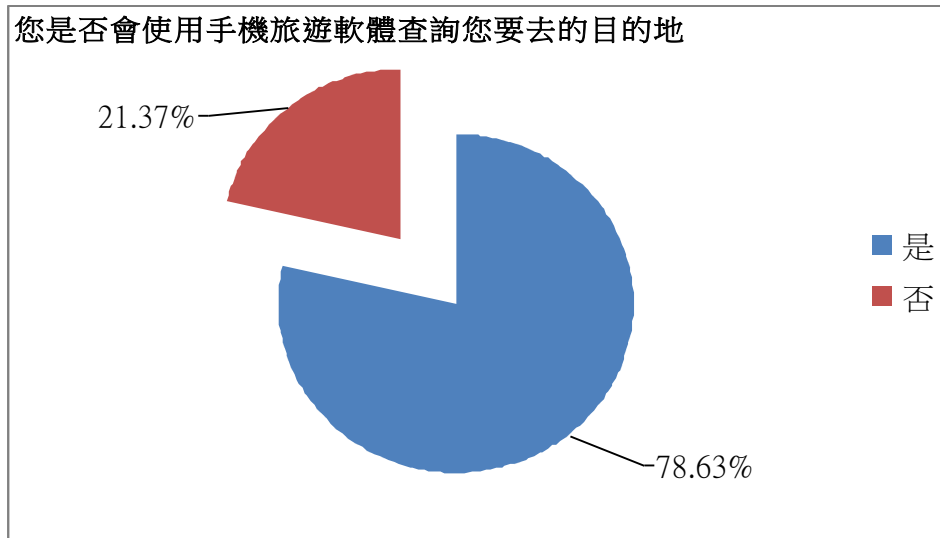


圖 4.1.7

第八題 請問您平均多久會出去玩?

- 五天 半個月~一個月 一個月~三個月 三個月~六個月
半年~一年 一年以上

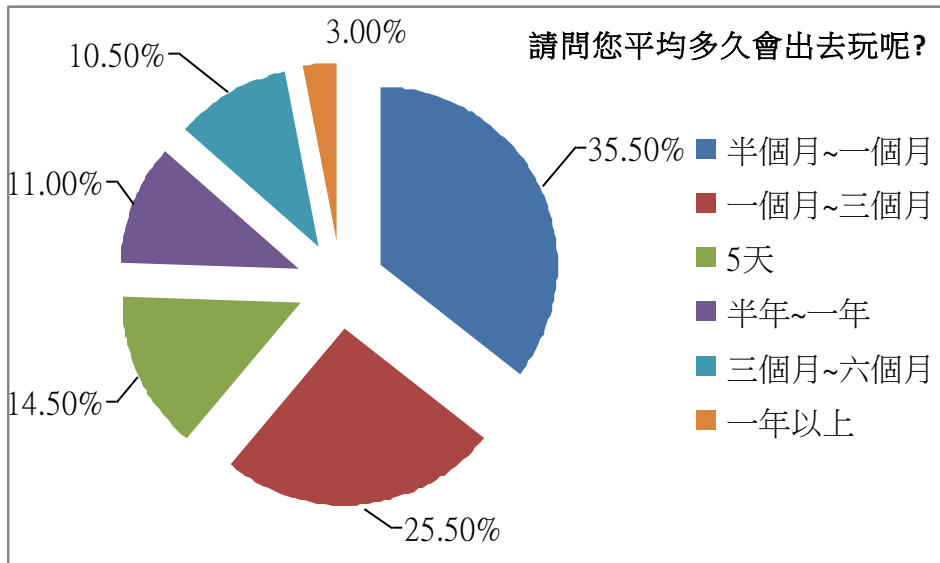


圖 4.1.8

第九題 請問使用手機與付費意願

第一小題 您願意使用手機第代旅遊書做旅遊導覽嗎?

非常願意 願意 普通 不願意 非常不願意

第二小題 如果手機旅遊軟體有其他語言介面是否願意推薦給外國朋友使用?

非常願意 願意 普通 不願意 非常不願意

第三小題 您是否願意收到即時促銷的訊息?

非常願意 願意 普通 不願意 非常不願意

第四小題 您是否願意付費下載國外旅遊的資訊?

非常願意 願意 普通 不願意 非常不願意

第五小題 您是否願意付費使用即時翻譯功能?

非常願意 願意 普通 不願意 非常不願意

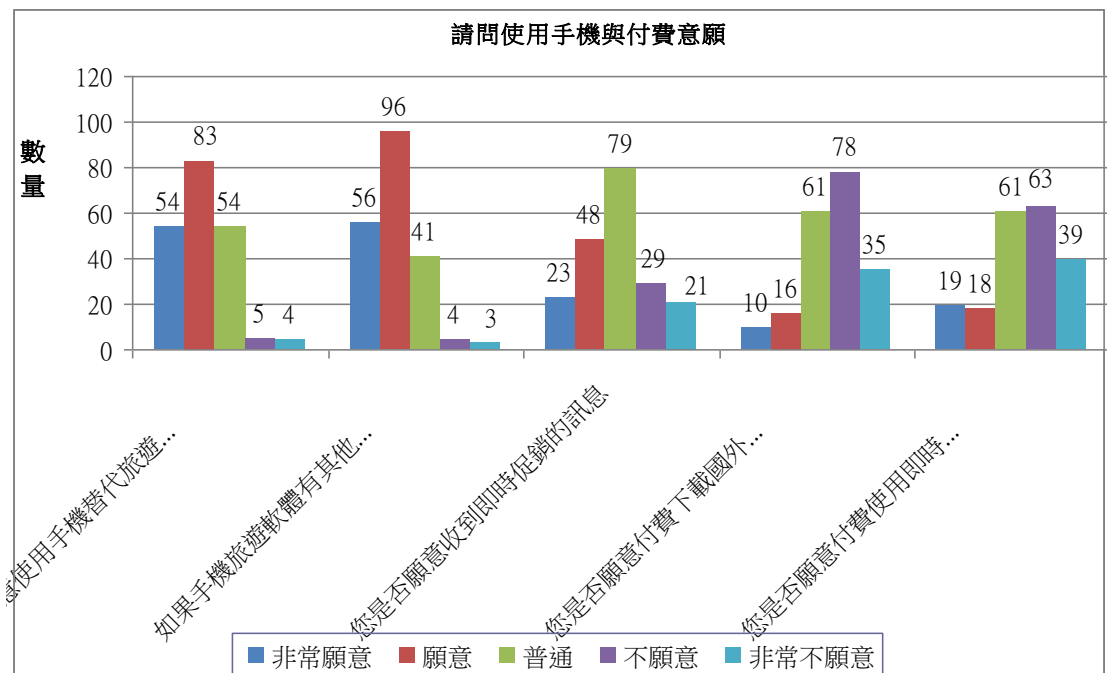


圖 4.1.9

第十題 是否希望有會員制度 是 否

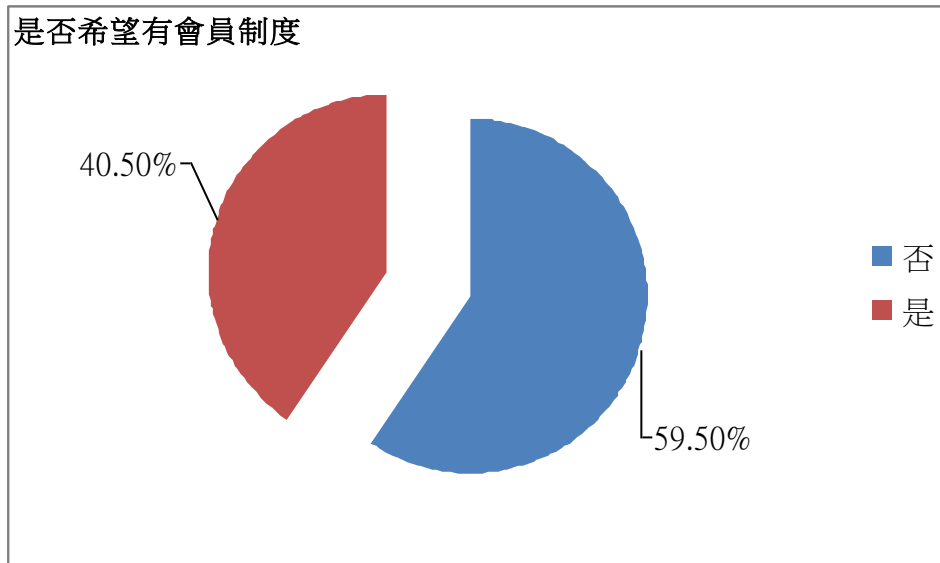


圖 4.1.10

第十一題 如果手機旅遊軟體有什麼樣的功能會吸引你去使用(可複選)

- 民俗節慶 熱門搜尋 專屬折扣 手機直接線上付款
訂購伴手禮 交通資訊 其他

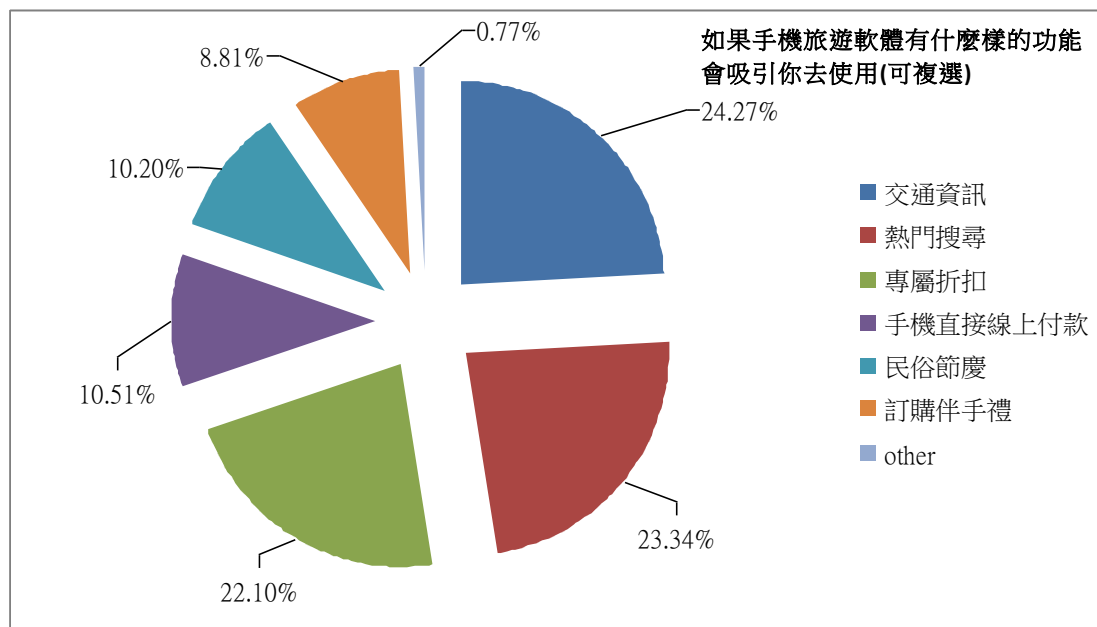


圖 4.1.11

第二節 問卷設計(第二份)

這第二份問卷調查的對象主要是以大學生為主，藉由以下七個問題請他們一起思考一起回答。這些問題的答案可以了解缺點和優點，參考這些回答來改善 MOJOTAIWAN。這些是已經將類似答案整合一起，選出這個問題前幾名的內容

擴散下載量	1. 如何快速擴散 Mojo 旅遊生活家 下載量(20 萬人次下載 六個月內)? (至少寫三種方法)
	臉書建立專頁，透過社群的力量傳播! Mojo 的粉絲專頁做得不錯，但是缺乏推廣力! FB 的使用人數絕對是最多的，透過 FB 的社群力量不斷宣傳，有智慧型手機的人就會想說下載來看看! 這一方面其實也可以在 APP 裡設計案讚打卡功能，但是有可能會破壞原有的介面! 需要加以審慎評估
	根本做起：降低程式所需資源，提升流暢度(滑動明顯不太流暢)提升非上網時之實用資訊(雖說有 70%功能不需上網可用，但實質上有落差)
	在 APP 的官方網站，加入相關字詞「Mojo」、「台北」等字樣，使民眾在查詢時，此網頁會排在前面幾個，供民眾做點閱、下載
每周至少用兩次	2. 增加什麼樣功能 in Mojo 旅遊生活家，以利吸引消費者每周至少使用兩次? (至少寫三種功能)
	增設分享文章功能，以利使用者可分享旅遊最新資訊
	Mojo 旅遊生活家包含了各式各樣你在旅遊途中的需要! 首先，就包含了著名景點的觀光巴士相關資訊，無論是想要到台北 101、龍山寺、華西街觀光夜市、總統府、忠烈祠、中正紀念堂、陽明山國家公園、太魯閣國家公園以及花蓮的七星潭等等，通通可以進一步查詢集合地點、出發時間與行程費用，不僅對於觀光客很實用，小編感覺對於台灣同胞也很適合呢
	在旅遊的時候，當然買些伴手禮是非常重要的禮貌。無論是到朋友家拜訪，或是當作回國後給朋友的小禮物，都是很必須的噢! Mojo 除了會提供你一些特色小店之外，當然還有幾乎什麼都可以買到的購物商場
願意支付 50 元	3. 增加什麼樣功能/服務 in Mojo 旅遊生活家，消費者願意支付每月 NT50.元 (至少寫三種功能)
	兌換紅利點數之機制(每月 NT\$50 可兌換紅利點數 500 點)
	提供各家美食的優惠時段以及折扣
	網路購物伴手禮，提供宅配、團購等服務。

朋友邀請朋友分享	4. Social Networking: 應提供什麼樣社群功能 in Mojo 旅遊生活家，以增加朋友邀請朋友一起分享? (至少寫三種功能)
	也許可以尋找部落客先去，然後寫文章分享，這樣只需要把連結給朋友，若有興趣就可以一起去玩了！
	能設置旅遊紀錄表記錄自己去過哪些地方遊玩供朋友瀏覽
	分享到推特、噗浪、部落格、巴哈姆特、淘寶網
最喜歡的三種功能	5. 最喜歡三種功能 Mojo 旅遊生活家?
	「食」：美食分類很清楚,讓剛開始的使用者很好上手
	「隨身包」：可以把想存放的訊息用隨身包帶走,很便利,就不用再重新搜索一遍
	「內容」：對熱門景點或者特約餐廳有很詳細的特色介紹，讓第一次去的人能夠快速了解
最不喜歡的三種功能	6. 最不喜歡三種功能 Mojo 旅遊生活家?(至少寫三種功能)
	精選 HOTEL，沒有比較哪家旅館的優惠、價格、服務等
	應用程式記憶體量占太多對使用著手機記憶體小的人來說是個負擔
	資料太多會眼花，讀取不流暢
	返回最上層不方便(下面首頁和返回按鍵太小，可用大些，或隱藏式、透明化)
	定位不夠準確，GOOGLE MAP 可以準確定位並顯示所在位置但他不行
什麼使用情境願意即時付款	7.NFC(Near Field Communication)：在手機行動服務中，什麼樣使用情境將引爆消費者願意即時付款? (至少寫三種功能/服務)
	現在臉書的使用度極高，每使用一次曝光到自己的塗鴉牆或者分享給好友，能夠得到累積積點之類的
	以目前消費者的心態，倘若這軟體不夠好用，馬上就會被淘汰，也許該先想想如何讓自己成為 TOP 的軟體。
	現在很多上班族學生族都會利用到查詢火車或高鐵時刻表，如果能在新增公車的時刻表應該會受到更多消費者的喜愛
	能夠新增規劃出更多的旅遊方向或是跟旅行社合作，讓外國的人能更清楚如何利用最省的時間玩到你想要玩景點
	在旅遊中，若意外受傷，有臨時的醫療急救資訊，提供給民眾，並定位指出附近的醫院就醫

表 4.2.1 問卷設計(第二份)

第三節 SWOT 分析

Internal 內部組織	優勢(Strength)	劣勢(Weakness)
	擁有可即時翻譯的功能	市面上類似的 App 軟體 越來越多，相同性質比例 很高。
Exyernal 外部環境	機會(Opportunities)	風險(Threats)
	和很多企業合作，並且增加曝光 率提升知名度	有很多免費的軟體不比 付費的軟體差，所以使用 者可能會偏向使用免費 軟體，而不想付費使用。

表 4.3.1SWOT 分析

第四節 PEST 分析

政治(POLITICAL) 可以和共同觀光局合作，增加更 多可靠性的景點介紹	經濟(ECONOMIC) 由於可以免費試用所以不需要有很高的經濟 能力，而使用者也可以決定是否付費升級
社會(SOCIAL) 有別於拿著一本書體積大又不方 便，手機一支在手，既便利又環 保	科技(TECHNOLOGICAL) 手機程式現在是資訊科技的趨勢，不管是 AppLE 或是 ANDROID，都已經廣為發展

表 4.4.1PEST 分析

第五節 五力分析

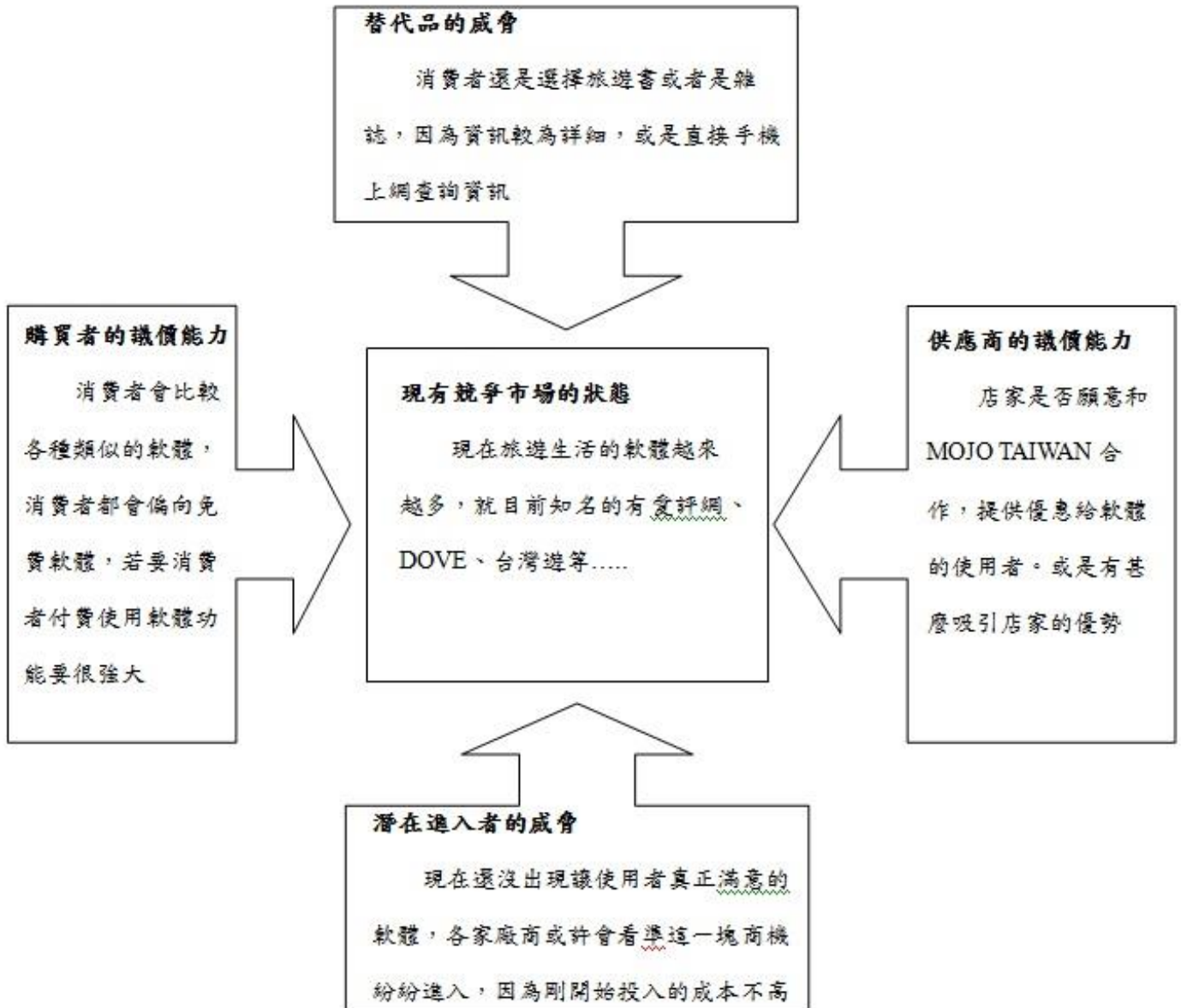


圖 4.5.1 五力分析

第六節 競爭者分析

之前有 5 種不同 APP 周邊景點的旅遊資料量龐大的，我們提供整理內容縮短資料 3 種不同 APP 周邊景點的旅遊，競爭者分析針對有 3 種周邊景點的旅遊功能，內容分析比較：

APP 周邊景點的旅遊 旅遊 + 生活 功能 LBS	Mojo Taiwan 旅遊生活家	TaiwanYo 台灣遊	台灣個人遊 Map4Fun
「層次分明」的設計： 左至右，上至下、容易擴展	層次分明	九宮格 (有缺點)	舞台轉動 (有缺點)
「介面設計」： 大色塊設計 (非圖像)， 展現簡潔時尚	大色塊設計	小圖像設計 (iCON)	小圖像設計 (iCON)
70%功能 「不上網亦能使用」	不需要上網，只剩下 30%需要上網	大部分都需要上網	不需要上網，只剩下 30%需要上網
「四種語言」的設計 (繁中、簡中、日文、英文)	四種語言	一種語言 (繁中)	一種語言 (繁中)
立即相互切換 「大圖、清單、地圖」	三種輸出都有	(清單、地圖)	三種輸出都有
「關鍵字輸入」之周邊景點查尋	關鍵字(某一地址、景點名稱、特色名稱)	只有景點名稱 關鍵字	關鍵字(某一地址、景點名稱、特色名稱)
提供「周邊景點」之版本	可使用行動或平版電腦(android, ios, win phone)、也可查線上網路版	可使用行動或平版(android, ios)	同左
時刻表 (Browser-based 已 Ready)	對民眾需要時刻表方便性(高鐵、台鐵、飛機)	缺少沒有時刻表功能民眾很困擾的	同左
公車到站與路線規劃	大眾運輸路線(公車、捷運)，自行車和步行路線指引	自行和步行路線指引	同左

表 4.6.1 競爭者分析

第五章 結論與建議

第一節 結論

希望可以透過我們專題發表來發現 MojoTaiwan 旅遊生活家需要再多加什麼樣的功能，可以吸引使用者多多使用，並推薦給親朋好友，也可以調查出在其他相同的軟體中，尚缺不足的地方再加以改進。期望能在未來的旅遊 App 軟體競爭者中有著不錯的成績，也能廣為大眾使用

第二節 後續建議

希望溫普敦公司可以多多試用別種品牌的手機來測試旅遊生活家，品牌不一樣手機顯示畫面也就跟著不一樣，或許可以藉由這樣的測試，順便編排一下最適合的畫面，應該可以讓使用者的使用機率增加。

可以多多和旅遊相關業者合作，增加台北以外的景點，或者邀請知名部落客試用寫出使用後的心得感想可以大大的增加軟體的曝光率，也可以了解 APP 軟體哪裡需要改進。

現在 MojoTaiwan 旅遊生活家最需要改善的是軟體容量太大的問題，若是這一點可以改善相信軟體下載量一定會明顯的提升。

第六章 進度規劃

第一節 工作分配表

工作名稱	參與人員
專案擬定	全組人員
工作分配	黃秋錦
資料收集	黃秋錦、簡毓儒、蔡登傑
問卷設計	全組人員
版面編排	黃秋錦
文書撰寫	全組人員
簡報設計	黃秋錦、簡毓儒
問卷分析	蔡登傑
圖表設計	簡毓儒
專題報告	黃秋錦、簡毓儒、黃宇婕
資料彙整	黃秋錦、簡毓儒
監督工作	黃秋錦

表 6.1.1 工作分配

第三節 甘特圖

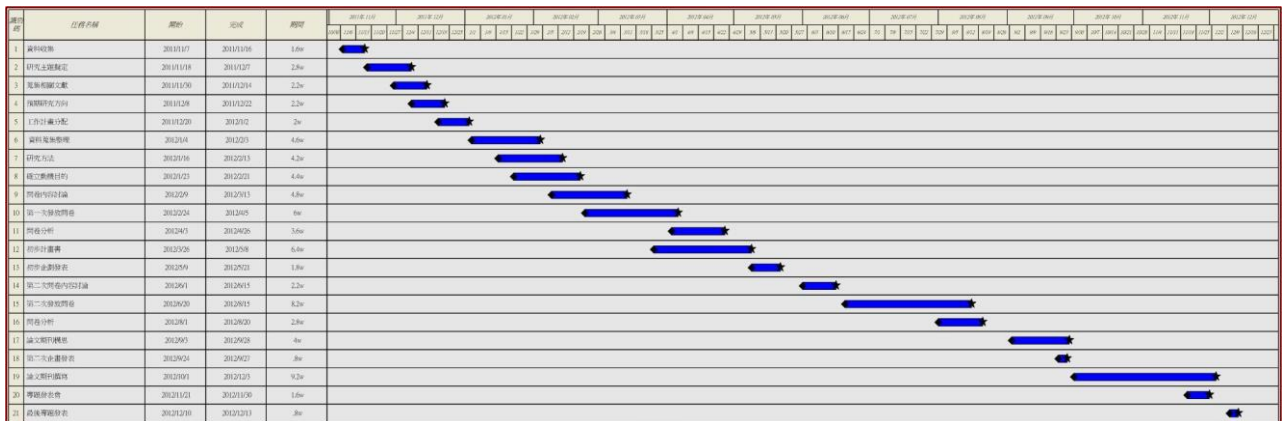


圖 6.2.1 甘特圖