

致理技術學院

資訊管理系 專題期末報告書 題目

DEEP DESIRE SHOP 購物網站系統

學生

曾楷軒 (69910219)

謝慧珊 (69810223)

林俐伶 (69910232)

梁家禎 (69910231)

指導老師：陳光澄

中華民國 103 年 01 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 曾愷軒、林俐伶、梁家禎、謝慧珊 共 4 人，在致理技術學院資訊管理系 102 學年度第 1 學期完成資管實務專題。

實務專題名稱： DEEP DESIRE SHOP 購物網站系統

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勾選，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：

學號：

學號：

學號：

中華民國 103 年 1 月

誌 謝

關於本次專題，真的很感謝指導老師的幫助，不論是建議或是親自指導，對我們來說真的是很受用。還有組員們同心協力的幫忙和討論，對我們的文件探討和相關資訊、網頁技術的方面，都給了我們很大的幫助及思想。

另外特別感謝我們的指導老師陳光澄老師。在一開始的專題選擇、確定，提供了很多的意見。而在專題製作過程，技術上、文件上或是美工上所需的改進，給了我們很多的資訊及建議，讓我們在製作過程中自由發揮。也對於我們組員裡面的相處、應對，給了很多的提醒。

這次作專題的過程中，更多方面是我們的自我學習，不管是現在或是在未來，對我們大家都是非常有幫助。

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	13	專題主題	DEEP DESIRE SHOP 購物網站系統
問題 1	如何行銷增加客源？		
回答 1	暫先透過原有 FB 與拍賣網站增加網站點閱曝光率，後與廠商討論後可增實體 DM 宣傳。		
問題 2	是否增加其他產品？		
回答 2	顧慮廠商小本經營，且無意願增加經營，故暫不增加。		
問題 3			
回答 3			
問題 4			
回答 4			
問題 5			
回答 5			
問題 6			
回答 6			

* 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	3	專題主題	DEEP DESIRE SHOP 購物網站系統
問題 1	網站為何如此晚上線?		
回答 1	廠商時間配合度不高，產品上架時間過長，導入狀況不穩定。		
問題 2	網站行銷成果目標（人數、營利）?		
回答 2	一個月需達成 21 位有效會員(即購買產品的會員)。 一個月需達成 17450 元的銷售金額。		
問題 3			
回答 3			
問題 4			
回答 4			
問題 5			
回答 5			
問題 6			
回答 6			

* 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：_____

目錄

第一章 序論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機	2
第三節 研究目的	3
第四節 研究範圍	4
第五節 研究方法	4
第六節 研究流程	5
第二章 文獻探討	6
第一節 電子商務的定義	6
第二節 電子商業的特性	7
第三節 電子商務之安全與障礙.....	8
第四節 B2B 或 B2C 電子商務應用、資料查詢服務應用	10
第五節 企業採用網路服務的原因.....	11
第六節 數值分析圖	13
6.1 男女網路購物比例.....	13
6.2 最常在網路上購買哪些商品（女性）	13
6.3 上網時間比例.....	14
6.4 網站類型性別傾向程度.....	15
6.5 傳統市場購物與網路市場購物比較表	16
第七節 創業分析	17
第三章 公司概況	19
第一節 客戶簡介	19
1.1 客戶店名名稱由來.....	19
1.2 經營模式.....	20
1.3 對客戶調查目標與需求.....	20
第二節 需求細項解說	21
第三節 系統目標與應用範圍	22
第四章 預期研究成果	24
第一節 系統功能與架構	24
第二節 連結流程圖	25
2.1 註冊流程圖.....	25
2.2 登出／登入流程圖.....	26
2.3 搜尋功能流程圖.....	28
第三節 系統特色	29
第四節 使用對象	29
第五節 使用環境	30

第六節 開發工具	30
第七節 網站特色	30
第五章 預期研究	31
第一節 預期研究	31
第二節 預期研究效益	31
第三節 預期研究限制	32
第四節 預期平台畫面	32
第六章 分工執掌和進度表	33
第一節 系統規劃表	33
第二節 分工執掌	34
第三節 分工執掌細項說明	35
第四節 PERT 圖	37
第五節 甘特圖	37
第六節 環境圖	38
第七節 訂單與顧客關係	38
第七章 結論與建議	38
第八章 參考文獻	40
附錄一 使用者手冊	41
商店訊息	41
客戶服務	41
其他服務	41
會員中心	41

表目錄

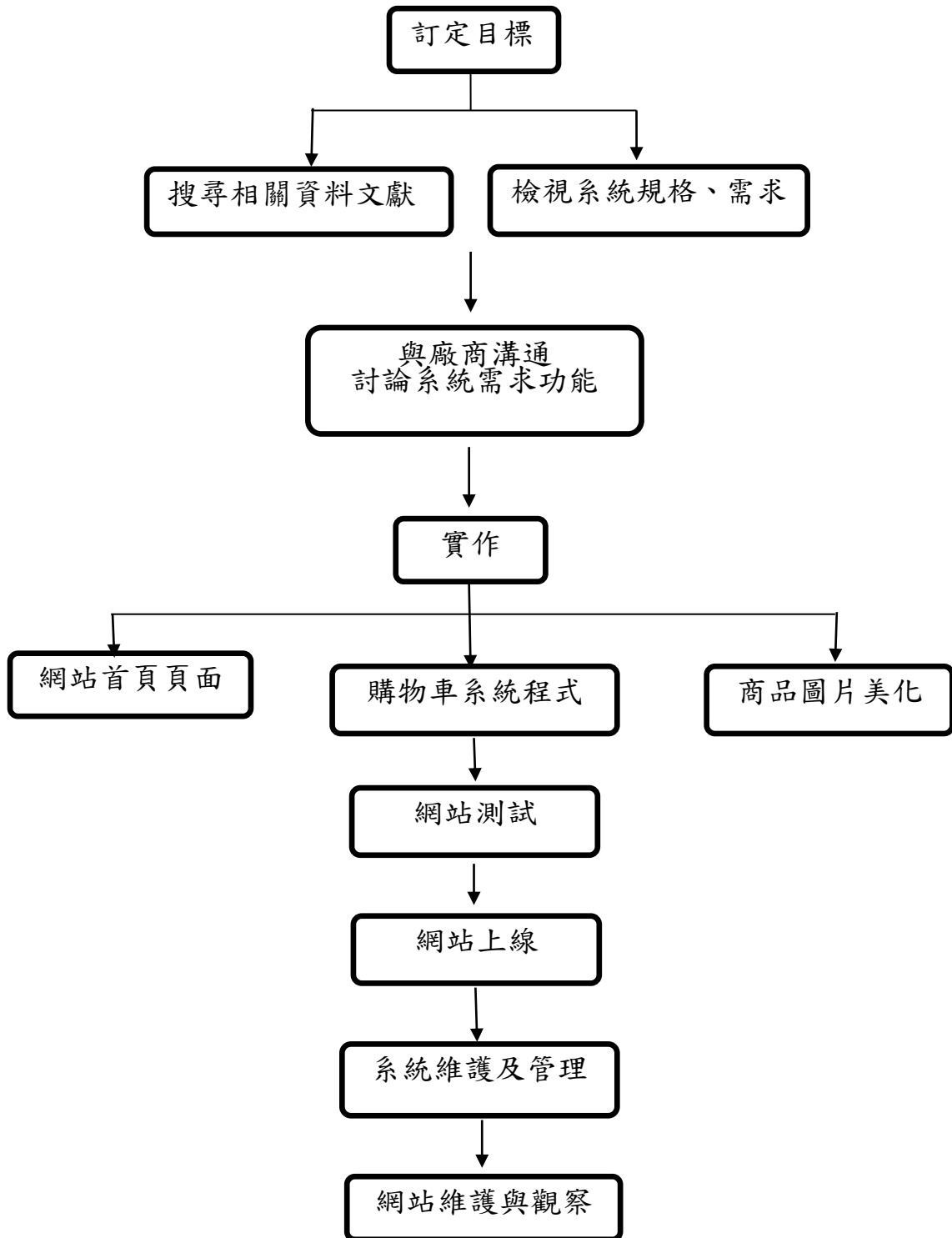
表 1: 電子商務之演變	9
表 2: 網路商店與實體商店之比較表	16
表 3: 五大熱門服務業創業行業 (青輔會網站)	18
表 4: 需求細項說明	21
表 5: 系統專案規畫表	33
表 6: 專題工作分配表	34

圖目錄

圖 1: 研究流程	5
圖 2: 男女網路購物比例	13
圖 3: 最常在網路上購買那些商品	13
圖 4: 上網時間比例	14
圖 5: 網站類型性別傾向程度	15
圖 6: 系統功能與架構	24
圖 7: 註冊流程圖	25
圖 8: 登出/登入	26
圖 9: 購物流程圖	27
圖 10: 搜尋功能流程圖	28
圖 11: 預期平台畫面	32
圖 12: PERT 圖	37
圖 13: 甘特圖	37
圖 14: 環境圖	38
圖 15: 訂單與顧客關係	38

摘要

本研究目的以委託者所提供之需求並導入系統，其系統以購物車訂單系統為主軸，以委託者目標發展系統功能，並增加有效購物會員為目的和提高產品瀏覽率，系統發展流程如下：



第一章 序論

第一節 研究背景

自網際網路風行全球後，世界縮小成一個地球村的趨勢已經越來越明顯，未來商業的發展已是通路之爭，也就是誰掌握通路或創造新的通路，即掌握競爭之優勢。而在 Internet 上進行電子商務的便利性，更使得世界各地的企業趨之若鶩，企業建構電子型錄的完整性，則是其是否能獲取商機的重要因素。

企業透過網際網路行銷的應用，可以因品牌曝光率的提高而增加知名度，而由於網際網路無時空限制之特性，也可以大大提高公司與顧客之間的互動關係。由此可證，雖然台灣地狹人稠、便利商店林立，但是只要掌握網路交易特性以及網路使用者的需求，在搭配完整的產品線以及行銷手法，B2C 電子商務在台灣仍有可為的一片天空。因此，希望能研究發展出一個容易操作且系統完善的電子購物系統，以達到企業與消費者的溝通管道。而在目前資訊網路時代中，各家公司無不卯足全力將自家的產品作業流程電腦化，希望透過電腦系統的協助達成產品消費量的提高，而在各大統計報告中明顯的告訴各家公司，目前利用網路購物的民眾也日漸增加。因此透過網路進行買賣的行為也慢慢的擴大化及普及化。

目前，台灣線上購物人數只占上網人口約二成，相較於美國 B2C 電子商務占整體零售業 1.5%，顯見台灣的 B2C 還有不小的成長空間。以美國為例，目前透過網際網路進行電子商務的電子型錄購物金額估計約有 5 千萬到 2 億美元的市場，到了 1998 年將成長達 25 億美元的市場，很明顯的透過電子型錄購物將是相當熱絡，對於企業而言，在資訊高速公路上銷售產品及服務是一個深具潛力的發展方向。

對於業者而言，網際網路不僅可以提高經營效率、降低成本、掌握時效性，以提高競爭力、經濟效率、促進雙向溝通等附加價值，因此，越來越多的企業運用網際網路作為與消費者接觸的有效管道之一。網際網路行銷的中心觀念是，企業透過網際網路提供產品或服務之資訊，以吸引消費者之注意、引發其興趣，並使其產生購買慾望，最後導致購買行為之產生。

企業透過網際網路行銷的應用，可以因品牌曝光率的提高而增加知名度，而由於網際網路無時空限制之特性，也可以大大提高公司與顧客之間的互動關係。由此可證，雖然台灣地狹人稠、便利商店林立，但是只要掌握網路交易特性以及網路使用者的需求，在搭配完整的產品線以及行銷手法，B2C 電子商務在台灣仍有可為的一片天空。因此，希望能研究發展出一個容易操作且系統完善的電子購物系統，以達到企業與消費者的溝通管道。

第二節 研究動機

網際網路的發展使得許多網路商業紛紛興起，其中對一般民眾生活產生最巨大、也最直接影響的就是打破地理隔閡的網路商店。而我們主要的目的是去了解如何去成立一家正式營業的網路商店、如何去經營網路商店、如何與上游的供應商間訂單的協調以及如何提供給下游的顧客最佳的服務。

觀察網路商店，可以發現，基於網路這新興資訊科技的虛擬商店，相當程度的利用了網路科技的特性，互動、個人化、隱私與時間等特性。例如，在網路商店所陳設的商品，除了一般所想像的到 CD、衣服之外，也可以發現比較情色等商品。同時，網路商店也有走向分重的趨勢，針對某些特殊族群，滿足該族群最大的需求，頗有利基市場的概念。在定價方面，為了吸引消費者購買，廠商通常都會給一定的折扣，或者在一定的金額免除消費者運費的負擔。而各家網路商店也會利用資訊科技以經營社群的方式，或以客製化來讓消費者持續選點該網站或是獲得資訊，而這些也已經成為基本配備。

線上購物節省了消費者逛街的時間，可以在家等貨品直接送上門來；此外，資策會也發現，有六成的網友，是因為網路商店的商品售價比其他購物方式便宜，而選擇網路購物。因此，若要在網路上成功開店必須具備兩項條件，一是運送條件要完善，二是商品售價具有競爭力，如果再輔以更為方便、安全的購物平台，相信網路開店的市場將更為蓬勃。

第三節 研究目的

雖然現在網拍市場平台非常廣大，在 YAHOO、PCHOME、樂天、奇集集還有很多拍賣網站，都有提供給網路使用者做拍賣平台，但是，其實身體力行下去做營業的話，甲拍賣網每放一張圖片、或是買賣成功都是要抽手續費的，乙拍賣網卻是有圖片和字數的限制，網路上雖說沒有實體店面的成本，但是本來可以賺到的幾塊錢，卻輕而易舉的被剝奪了！雖然網路拍賣平台的好處是方便放架上，而且搜尋關鍵字也可以很簡單就達到宣傳效果，但我們也想自己賺到那一點小利潤，因此我們得委託者期許我們能做一個屬於委託人的商城，並能淺顯易懂得使用。

本研究主要以消費者為對象，發展購物網站為主要系統。在產品方面初步以衣物產品為主，將相關產品資訊透過網路傳送至網站上，並提供會員、留言板、線上訂單等相關的服務。並研究如何吸引網友上門，瀏覽網站資訊並進而消費購物。

藉由網際網路的基本特性及電腦強大的運算與儲存能力，展現網際網路行銷特色與優點，因而能帶來成本的降低、銷售的成長以及增加經營的優勢。

主要目標有其五：

一、 商品數位化：

實品拍攝、產品解說，能讓顧客更能仔細選擇材質布料、尺寸是否合適自己。

二、 降低成本與快速導覽的行銷活動：

由於購物網站不需要實體店面、店員所以不需要這些成本之支出及商品之虛擬化不會造成商品的囤積形成固定資產增加。且網際網路行銷是一種直效行銷，不需要透過中間商而是廠商與消費者直接的接觸可以大量的減少通路所需花費的成本。

三、 讓委託者資訊快速更新：

利用網際網路的便利性，使的管理者可以在任何有網路的地方對購物網站進行管理，並且能快速得對購物網站的商品內容進行更新得動作。使的購物網站的商品都會以最快速的及

最完整的呈現給消費者。

四、 商品應用：

把商品更實用化，讓顧客有搭配選擇，可以一次購足。

五、 寄送 mail、簡訊通知：

讓顧客清楚知道訂單狀態和確認通知，也方便委託者清楚知道商品出貨狀況。

第四節 研究範圍

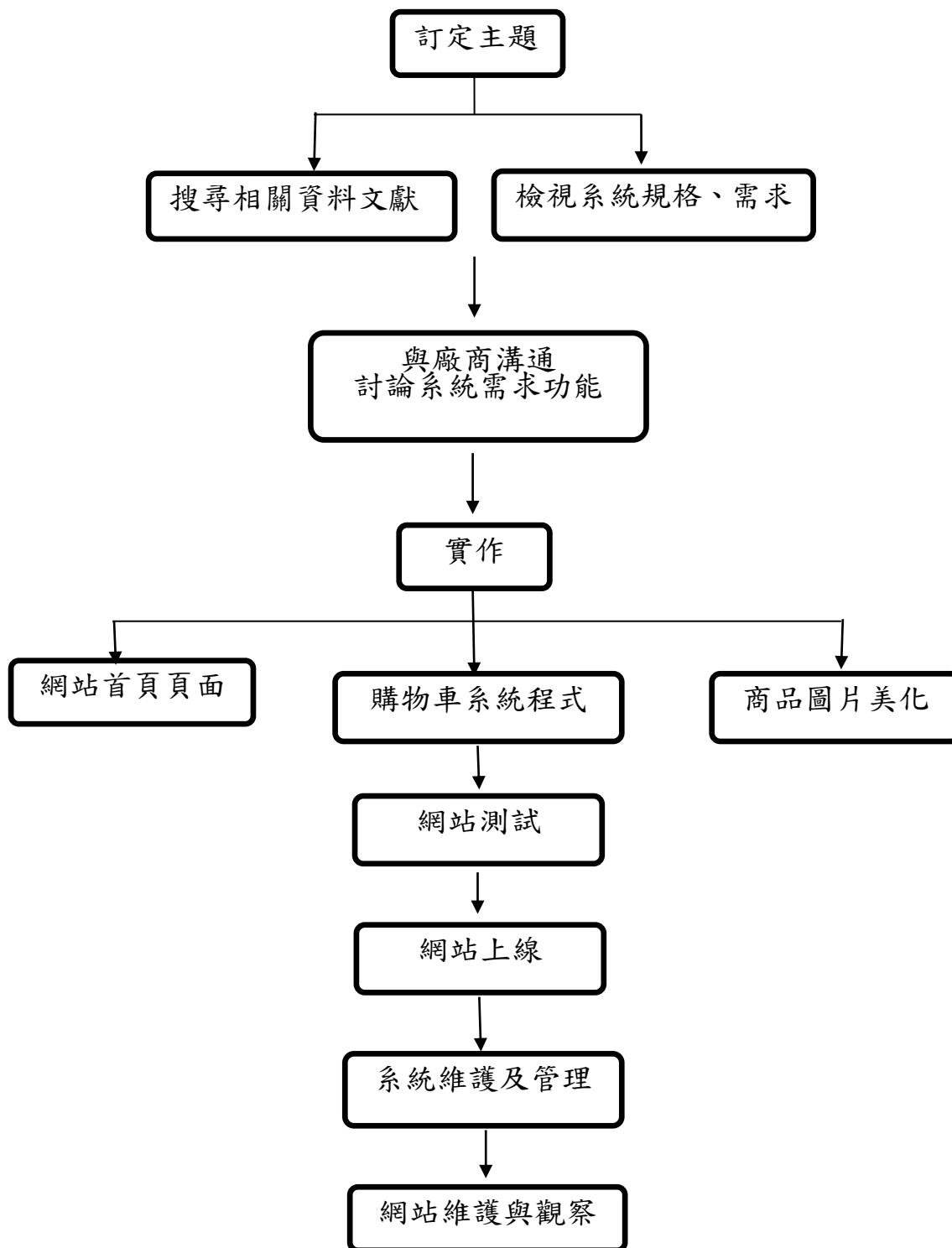
本研究之研究標的物為電子商務行銷，主要範圍是將 FACEBOOK 粉絲團和拍賣網站整合，架設 DEEP DESIRE 的專屬網站，並與相似類型網站進行比較。

第五節 研究方法

與客戶詢問調查需求做客戶需求方案，再來以顧客為主做問卷，例如：男女比例、上網時間、網路購物時，需求是以甚麼樣的為主？專屬網站架站後，再依照瀏覽率及購買率做行銷數據表現。

第六節 研究流程

圖 1：研究流程



第二章 文獻探討

第一節 電子商務的定義

所謂電子商務 (Electronic Commerce)，有幾位學者曾經做過以下不同的定義：

一、 Kalakota & Whinston:

藉由電腦網路將購買與銷售、產品與服務等商業活動結合在一起，經由此方式可以滿足組織、商品與消費者的需要，進而改善產品、服務與增加傳送速度服務的品質，並達成降低成本的要求。

二、 Kalakota:

透過使用電腦網路去搜尋與取得資訊可以幫助個人與公司進行決策之制定。

三、 Ted Haynes:

透過電腦與網路來處理企業溝通與交易的進行方式。

四、 Arie Segev, Dadong Wan & Carrie Beam:

電子商務係藉由公共或私人的數位網路而被運用在提供產品之購買、銷售與服務以及資金之交易。

五、 Michael Bloch, Yves Pigneur & Arie Segev:

經由數位電子設備，支援企業進行商業上之任何交易活動。

另外 Michael Bloch, Yves Pigneur & Arie Segev 認為，電子商務不但具有資訊提供的能力，也可被視為另一種行銷工具、新的銷售通路與客戶服務之機制。

歸納以上幾位學者的定義可知，電子商務乃是一種透過網際網路的雙向溝通方式，企業可將產品、服務及廣告等訊息，存放在企業所建置的網站 (Web Sites) 上，透過網際網路，提供給消費者。消費者可以由企業所建置的網站伺服器獲得所需的資訊，並且也能直接在企業的網站上訂購商品或是留置訊息。

第二節 電子商業的特性

依據 Michael Bloch, Yves Pigneur & Arie Segev 所提出的論文指出，對於新的顧客管理策略而言，電子商務系統具有相當重要的價值，其原因有以下五點：

- 一、 可直接連接購買者與販售商。
- 二、 買賣雙方資訊可透過數位化方式進行交換。
- 三、 不受時間與地點之限制。
- 四、 具有互動性，能動態地適應顧客之行為方式。
- 五、 具有即時更新的功能。

並且該文中也提出電子商務具有以下十種特性，歸納如下：

一、 產品促銷 (Product)：

電子商務具有可直接、資訊豐富、互動性與消費者接觸，進而促銷其產品。

二、 新的銷售通路 (New sales channel)：

由於電子商務可直接接觸到顧客，且雙方可進行資訊的溝通，對現存產品而言，其提供另一個新的銷售通路。除了進行銷售產品外，也能進行資訊與廣告服務。

三、 節省成本 (Direct saving)：

由於網路基礎建設工作是政府所完成的，因此企業不須投入巨額成本去建設。另外由於利用數位技術去傳送資料且資料可重複使用，因此電子商務在傳送資訊、行銷、提供服務給予顧客時，可節省較多的成本。

四、 快速行銷 (Time to market)：

由於電子商務具有即時回應的本質，因此可以減少生產、傳送資訊與提供服務的時間。

五、 顧客服務 (Customer service)：

電子商務透過建立線上知識庫與發展解決顧客問題之資訊系統，來解決顧客問題，增進雙方關係，對提高顧客的服務品質。

六、 品牌或公司形象 (Brand or corporate image)：

電子商務在未來，將成為公司形象或品牌之一部分，特別是針對科技導向的顧客區隔而言。

七、 新技術的學習與組織實驗室 (Technology learning & organizational laboratory) :
由於電子商務該領域進展快速，將迫使公司快速去採用新技術，並提供公司機會去對新的產品、服務與操作流程進行實驗。

八、 顧客關係 (Customer relationships) :

由於電子商務具有搜集顧客需求與行為型態的資訊能力，因此電子商務在未來，將允許供應商與他們的顧客建立更多的個人化關係。

九、 新的產品創造能力 (New product capabilities) :

由於電子商務是以資訊做為基礎，讓企業可以開創新的產品，或是將現有的產品依顧客的需求做修正。

十、 新的商業模式 (New business models) :

轉變中的產業結構和電子商務系統創造一個新的商業模式，這個新的商業模式是立基於資訊的廣泛有效性，以及能夠和最終使用者做直接的接觸。

第三節 電子商務之安全與障礙

Internet 電子商務與傳統電子商務的最大差異點，乃在於傳統通道由封閉式的增值網路轉變為開放式的 Internet 環境。企業採用 Internet 進行電子商務，其主要的考量不外是成本的降低、全球性網路規模以及技術的開放標準。然而，Internet 電子商務也有一些先天上的問題有待克服，其中最主要的一項便是安全性的問題，如表所示：

表 1： 電子商務之演變

	傳統電子商務 (VAN)	Internet 電子商務
網路連線 / 通信成本	高	低
網路規模	有限範圍	全球性
安全性	強	弱
資料傳輸可靠性	高	低
服務品質確定性	有	無

資料來源:Forrester Research，資策會 MIC 整理

另外依據資策會整理 Forrester Research 指出企業從事電子商務考量的因素有下列五點：

- 一、 安全性的問題。
- 二、 經營模式不明確。
- 三、 客戶抗拒心態。
- 四、 缺乏標準。
- 五、 系統建置的問題。

由上可知，電子商務必須要滿足安全上的需求，因此在 Internet 上進行電子商務時，應要注意以下五點：

一、 隱私性 (Privacy)：

由於 Internet 本身是一個開放性網路，任何人都能由任意地點連上 Internet，因此，必須對資料進行保護，以免惡意第三者竊取機密資料。為了達到資料的隱私性或隱密性，一般所採用的方法是對資料進行編碼，使得網路上傳送的資料成為類似亂碼的形式，在由接收端解碼讀取。

二、 認證性 (Authentication)：

Internet 通訊或電子商務的特點之一，便是消除了空間距離的限制，但是也產生了身分辨識

的安全疑慮。認證性需求是電子交易時的首要考量，通常唯有當交易對象的身份無誤時，交易才會進行。目前網路上的身份認證，多半是利用公開金匙系統（Public Key System，PKS）的數位簽章與數位證書（Certificate）等技術達成。

三、 完整性（Integrity）：

資料完整性的意義，是確保資料在傳輸過程中不會遭到篡改。對於許多交易資料而言，些微的誤差往往也能造成極大的損失，因此有賴於資料完整性的檢查。

四、 不可否認性（Non-repudiation）：

不可否認性乃是要避免通訊或交易雙方否認已送出或接收到的資料。例如交易訂單的發出或支付款項的接受，都必須具備不可否認性，已確定雙方的權益。

五、 存取控制（Access Control）：

存取控制主要是定義使用者的權限，避免資料被竊取或濫用。

第四節 B2B 或 B2C 電子商務應用、資料查詢服務應用

在電子商務應用上，藉由導入網路服務技術可以提供更大的互通性，並讓企業能夠具有快速的回應速度。目前已有網路服務商業流程執行語言（Business Process Execution Language for Web Services，BPEL4WS）標準，可讓企業用作描述商業流程，將交易雙方訊息標準化，並可提供多項網路服務。

網路服務的另一項應用則是可進行線上資料查詢，資料查詢的範圍很廣泛，除了可以提供消費者訂購相關服務，如美食資訊、娛樂資訊，也可以利用網路服務提供整合性的電子地圖查詢。以微軟公司的 MapPoint 服務為例，其提供使用者進行線上地圖的查詢，同時也可以整合至其他應用程式中，直接由應用程式呼叫查詢地圖的功能。

第五節 企業採用網路服務的原因

歐盟電子商業歐洲論壇（European Electronic Messaging Association，EEMA）的網路服務興趣組（Web Services Interest Group，WSIG）在去年底對網路服務商業模式做了研究調查，並在名為“Building the Business case for Web Services”的報告中提出幾項促使企業採用網路服務的原因。

一、 降低系統整合成本：

採用網路服務給企業帶來的首要優點就是可以藉此降低企業內部，或是與供應鏈廠商間的系統整合成本。對企業來說，各部門之前所採購的系統或有不同，這對於企業內部流程處理勢必產生影響，然而，企業不可能為了整合內部系統，而重新採購新的設備，如此勢必大大增加 IT 的支出。網路服務技術正好可以解決這樣的問題。網路服務技術將每個系統的功能都視為可提供的服務，並讓其他的應用程式藉由傳送標準格式的訊息來進行溝通，如此，可以讓原本系統的程式碼更動降到最低。而一旦原有系統的網路服務介面完成，這些系統在將來也可以與其他系統再進行整合或是重複利用。

二、 提升協同作業效率：

系統整合所帶來的效應之一就是可以降低重複的投資，並提高各個獨立系統的運作效率。網路服務達到此目的之原因就是其提供了公開的標準，讓各個系統間可以達到互通。另外，網路服務除了訊息層面的標準，尚有其他如 BPEL4WS 等商業流程標準來提高互通性，同時處理複雜的交易流程。由上述原因可知，網路服務的互通性除了可以達到前一項所提的降低系統整合成本外，也可以進一步的減少處理交易和商業流程時的複雜度。如此自然可以提升各系統進行協同商務作業的效率，並可發揮每個系統的最大功效。

三、 創造新興獲利模式：

當支援網路服務的軟體供應商不斷增加時，開發人員在部署網路服務時可以更為經濟且快速，如此能夠降低整合系統的成本與複雜度，也有可能藉此提高獲利，或是發掘新的商業模式。EEMA WSIG 在報告中以旅遊業者 Galileo International 為例，該公司在提供線上訂票和旅遊服務的網路服務後，不但使用其系統的客戶增加，節省下的成本和增加的利潤更高達數百萬美元。

四、 加強客戶服務：

網路服務另外一項優點在於企業可以對其客戶提供更為精確、快速的服務。利用網路服務將客戶的系統或資訊整合至企業的管理系統中，企業可以更為有效地掌握顧客的回應，快速地反應顧客需求，並與顧客建立更緊密的關係。

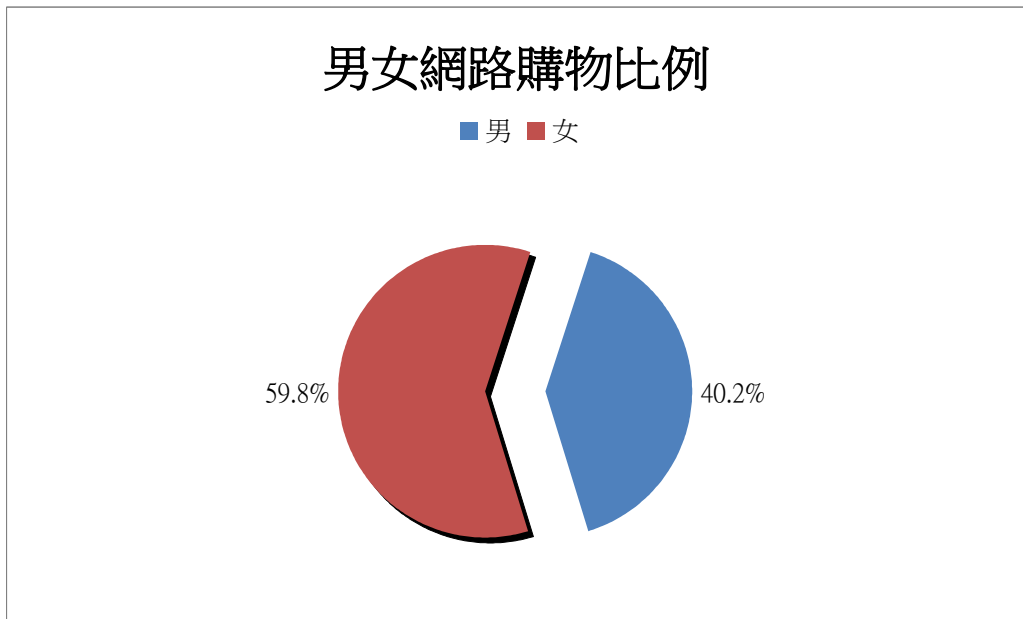
五、 擴大商業應用靈活度：

當企業經歷擴張、併購之後，其所擁有的 IT 系統和需要處理的資訊可能會出現既多且雜的局面，各個不同時間點所購入的 IT 設備和不同服務所產生的資訊可能會有許多重複投資，或是散佈在不同部門或是跨國跨地區的 IT 系統中。此時，可以將整合的系統或資訊內容以網路服務的方式呈現，達到資源重複利用的效益，同時，相關的網路服務也可以在其他商業應用中重複使用。

第六節 數值分析圖

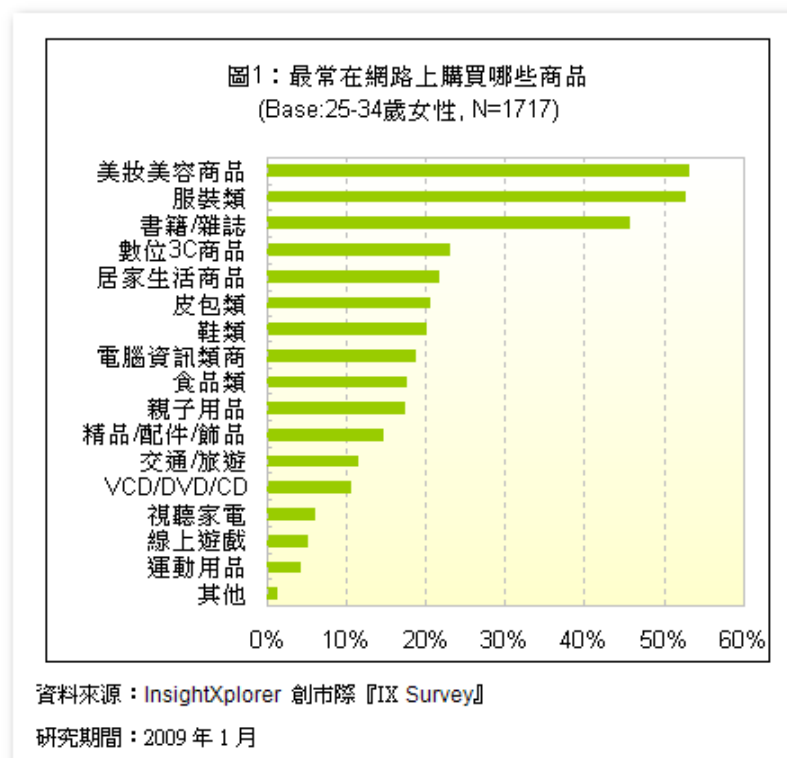
6.1 男女網路購物比例

圖 2: 男女網路購物比例



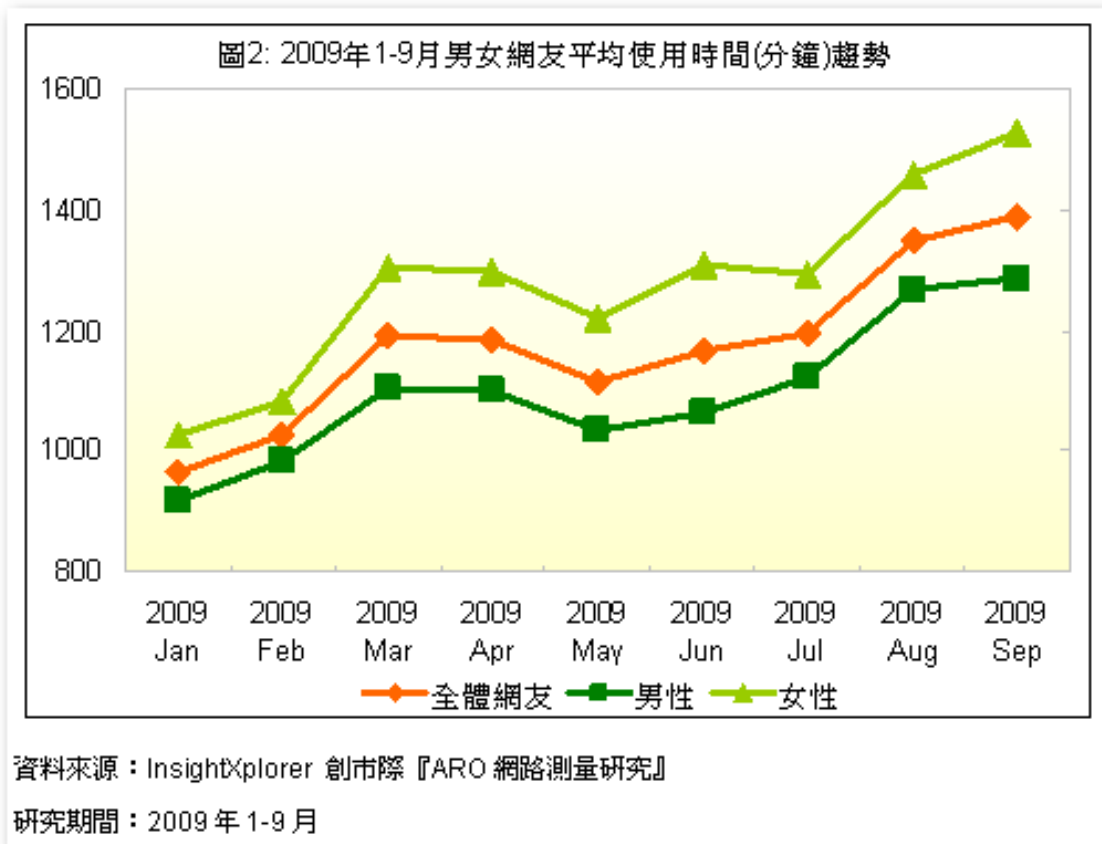
6.2 最常在網路上購買哪些商品 (女性)

圖 3: 最常在網路上購買那些商品



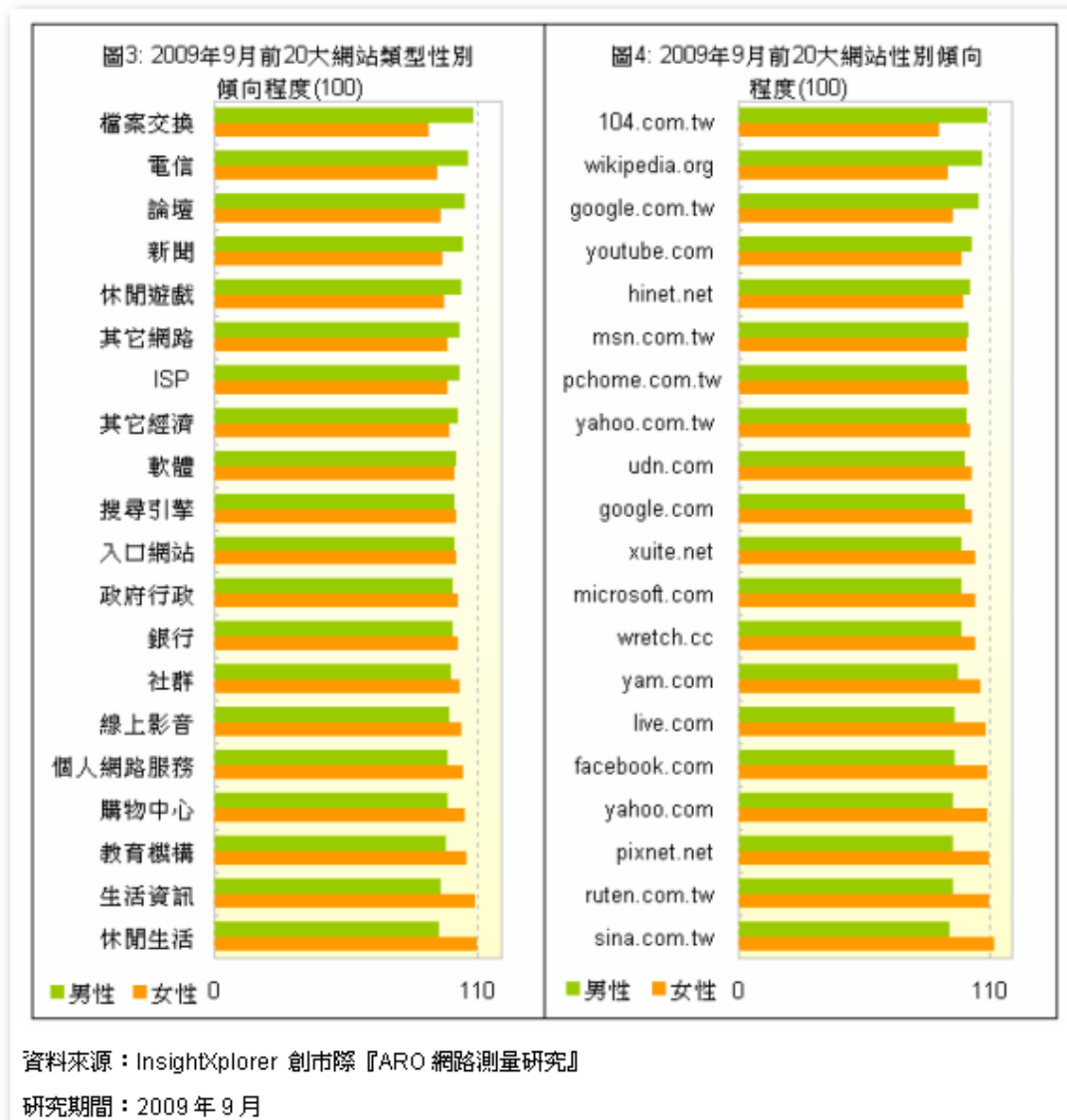
6.3 上網時間比例

圖 4:上網時間比例



6.4 網站類型性別傾向程度

圖 5: 網站類型性別傾向程度



6.5 傳統市場購物與網路市場購物比較表

表 2: 網路商店與實體商店之比較表

項目	實體商店	網路商店
每月 固定成本	二店員+水電+店租 = (18000*2) +1000+10000 =47000 元 每天固定成本 47000/30 天=1567 元	網站空間租金+水電費 =500 元+300 元 =800 元 每日固定成本 800/30 天=27 元
相關 稅率	(營業稅 5%+營所稅 3%) =8% (每筆交易之稅務成本)	(營業稅 5%+營所稅 3%) =8% (每筆交易之稅務成本)
相關 費用		信用卡手續費 2.5%+ 交易手續費 0.8%+ 運費 7% =10.3% (每筆交易之成本)
每天達收支 平衡基準線 之營業額	銷售毛利 28%-稅務成本 8% =20% (每筆交易實際利得) 1567 元/20%=7835 元	銷售毛利 28%-稅務成本 8%-交易成本 10.3% =9.7% (每筆交易實際利得) 27/9.7%=275 元
結論	實體商店每天營業額若未達 7835 元, 便 處於虧損狀態, 每增加 100 元便可獲淨 利 20 元	網路商店每天只要平均營業額達加 275 元, 即可達收支平衡, 每增 100 元即可 獲淨利 9.7 元

綜觀以上數據得知:

實體商店與網路商店的收支平衡比為 28:1, 而達收支平衡基準線後的獲利淨利比為 2:1, 所以如果企業要成立一家實體分店與成立一個網路分店來做比較的話, 網路分店的投資報酬率將高於實體分店, 那麼應該用多少預算投資於網路分店, 才能收到預期的投資報酬率

呢？

我們以前面的計算公式得知，平均每年投資於網路，每增加 1000 元，則網路商店，每天至少須平均增加 28 元營業額才能達收支平衡，而以資策會統計目前電子商店每月的平均交易額 1~2 萬元來計算，則只要每年投注於網路之預算不超過 8000 元，便能從網路上獲利。

第七節 創業分析

根據調查，全國上網人口數已高達 962 萬人，且根據教育部網路行為調查分析顯示，在全國使用網路行為中，其中，使用網路二年以上者，佔總數 72.4%，每週上網時數 9 小時以上（含 8 小時），佔總數 59.7%。最常去類型網站，除入口總站 55.4%外，搜索引擎也達 33.9%，求職、求才類，則佔總數 9.0%，而使用網路經常性目的，其中又以 Email 的 56.9%最高，資料庫查詢亦有 24.2%，使用搜索引擎亦有 34.9%，在在顯示，國人對網路的依賴性愈來愈高（Winner, 2004）。根據青輔會統計，有七成的人想自己創業，其中包括年輕人、女性、銀髮，不論上網開店，或是加盟連鎖，創業風潮快速崛起發展出 7 個特性，分別是：

- （一）年輕化與小資本。
- （二）平價化。
- （三）低資本。
- （四）網路化。
- （五）小型化。
- （六）加盟化。
- （七）新鮮人、女性、中高齡創業比例攀升等。

然而，若以校園為根據地，可據以發展的創業模式，或者可考慮下列三種型態，表 4-4 同時羅列出未來五大熱門服務業：

（一）組織型：

5 人以下公司或店面，投資報酬率最高，相對經營風險也最高。

（二）自僱型：

以個人工作室身兼老闆及夥計，適合專業不喜歡受約束的人。

(三) 兼差型:

利用下課時間兼差，可開闢財源，一方面又有基本收入保障。

表 3:五大熱門服務業創業行業 (青輔會網站)

行業類別	說明	適用行業
創業服務業	以創業、執行為主要工作內容。適合自由而不受拘束的創意工作者，工作地點非常彈性，適合在家工作兼顧家庭的職業婦女或自由工作者（如 SOHO 族）。	企劃、公關、廣告、多媒體設計製作、翻譯、文字工作、服裝造型設計、美術設計、音樂創作、攝影等。
專業諮詢業	提供專業意見，以口才、溝通能力取勝，工作內容和場所都有彈性，常常遊走各企業，成立工作室的可行性也很高。	企業經管理顧問、旅遊資訊服務、心理諮商、專業講師、美容美體諮詢顧問等。
科技股份業	只要擁有及懂得電腦或網等專長，創業機會相當多，即使不是電腦高手，只要懂得電腦便可提供科技廠商所需要的周邊服務。	軟體設計、網頁設計、網站規劃網路行銷、科技文件翻譯、科技公關。
補教照護業	包括兒童托育及老人看顧。	才藝班、幼稚園等等。
生活服務類	舉凡衣食住行育樂等日常生活所提供的服務，這是以店面經營方式，採獨立開店與加盟兩種。	西點麵包店、咖啡店、服飾店、鞋店、居家用品店、美容護膚店、便利商店等。

第三章 公司概況

第一節 客戶簡介

1.1 客戶店名名稱由來

《由來:邱比特 (Cupid) ,希臘及德文名 Eros,西班牙名 Amor ,義大利文名 Amore ,法文名 Amoruo Cupid 原意是「欲望」(desire),而 Amor 原意是「愛」(Love)。邱比特 (Cupid) 被自己的金箭所傷,情路一波三折,也不順遂,無法隨心所欲,和愛人也飽嚙情傷及相思之苦,愛作弄別人的他,也被自己的弓箭作弄了呢!

邱比特 (Cupid) 與賽姬 (Psyche) 之間的愛情故事,有人解釋為「欲望」或「愛情」追求,與「心靈」的結合,也有人解釋為「心靈追求聖愛,超越情欲的過程。」傳說中賽姬 (Psyche) 的美,甚至超越人間情愛與美之女神維納斯 (Venus) 。因此,後人多認為追求心靈的美,尤甚於追求男女激情愛戀的美。把他們倆人間的愛比喻為聖愛。》

在希臘神話故事中,邱比特與賽姬的愛情故事是最令人動容的。而丘比特的法文寫法是「Amoruo Cupid」,「Amoruo」翻譯成英文後,是有欲望 (desire) 的意思,但為什麼在他的名子裡會有欲望存在呢?

我們大家都知道邱比特是希臘神話中的愛神,專門調皮搗蛋,但也撮合了不少天造地設的佳偶,只是有一天,他被自己的金箭所傷了,讓他愛上了賽姬,開始了一路不順遂的愛情,考驗著他對賽姬的真愛,是否能戰勝這些考驗呢?在這段愛情故事中有人解釋為「心靈所追求的愛,超越了欲望。」所以在浪漫的法國人眼裡,丘比特的名子裡,所代表著的意思是神聖的欲望。

而 Deep desir 為什麼會加上 DEEP 呢?英文再翻譯過來是「深層」的意思,合起來翻譯為

「深層的欲望」，為什麼我們要這樣取名呢？對我們而言買衣服就是一種欲望，讓自己美麗的欲望，除了讓外表更美之外，也可以引來視線的欲望，征服大家眼睛的欲望，讓自己開心的欲望，不管是需要甚麼樣的欲望來滿足自己，「買」在經濟效益上就是一種欲望了。俗話說：「女人永遠覺得自己衣櫃裡少了件衣服」，這說明了女人購買欲望是有多強大了！我們只是希望，我們賣的衣服不只是衣服，而是要開啟你深層的欲望，讓你欲罷不能！！

1.2 經營模式

目前客戶在 FACEBOOK 上經營社團，並在社團相簿放置商品圖，瀏覽率及社團人數少，並以聊天室與客戶做訂貨，讓客戶詢問商品價錢、以及詢問商品尺寸、顏色、需要幾樣或幾件，和轉帳帳戶名稱，以及寄送地點，以及到貨時間。商品則是批貨式採購，以量多為使商品價位更為優惠來吸引顧客。目前人數為三人，在新莊有個工作室，以工作室做面交、商品拍攝、以實品展示。以電子商務的四個主要的流程：「物流」、「商流」、「金流」、「資訊流」做介紹。

1. 「物流」：以郵局寄送為準或是面交。
2. 「商流」：到各大批貨商現場批貨、挑貨，再做整理、拍照後再放置社團相簿。
3. 「金流」：以郵局匯款帳號做交易，有確定匯入正確金額才出貨，並以信箱和簡訊傳達出貨通知。
4. 「資訊流」：以張貼廣告、分享社團做宣傳。

1.3 對客戶調查目標與需求

問：「物流」、「商流」、「金流」、「資訊流」有需要甚麼改變和需求？

答：在「物流」方面希望知名度提高後能與宅急便簽約方式，以降低成本。

「商流」部分不需要做更改，因為喜歡自己挑衣服和採購。

「金流」以匯款方式為準，想以信用客戶來做產品出貨，例如：信用程度為 100% 的客戶，能以貨到付款方式做寄送，信用程度低於 50% 或第一次購買則以匯款方再出貨。

「資訊流」想增加自動寄發郵件信箱給顧客(會員制)，能讓顧客第一時間知道新商品上架、或特價內容，或做特價活動做宣傳等。

問:現今網路經營者越來越多，各式各樣的商品都有，為何會想以服飾為準做線上經營呢？

答:因為我喜歡自己搭配衣服，而現在大部分的女生都懶得逛街，手指動一動就可以購買了，所以通常我都會希望衣服便宜又好看，可是網路上品質都不敢保證布料的好壞，基於自己也喜歡買衣服，到不如賣品質好價格又實在的衣服給大家，我們的特色就是在出貨前會仔細檢查，不會有線頭問題、褪色、破洞等許多網路購買卻看不到實體的問題存在。

問:請問你經營網路拍賣服飾多久了？

答:我從高二（17歲）的暑假就開始在網路上經營代購方式的拍賣，不管是樂天、pchome、yahoo或是許許多多的拍賣平台都有使用過，可是利潤少之又少，在這些網站提供得拍賣平台，雖然很方便，但放幾張圖片的成本就被剝奪的所剩無幾，在加上還需要跟廠商代購的價錢、賣給買家的郵資費用，沒有倒貼就已經很好了，指是日積月累件件不賺反賠了，不敢與買家提高價位，有時甚至被殺價，件件買家都不再是固定客人了，在拍賣平台上也營業了兩三年了，一直到大二（20），漸漸FB的社團功能擴大，也看到許多人用FB建立小小的買賣，所以在社團上也經營到現在，只是漸漸有越來越多賣家也會使用，但至少現在有固定客戶買家了。

問:請問以後的目標是甚麼呢？

答:希望商品除了衣服、褲子、裙子、長裙、長袖短袖、內搭外，希望增加鞋子、包包、飾品等，生活上能裝扮自己的商品，並且顧客願來越多，回顧率增加，以及詢問度高，並希望能開發自己的品牌。最主要希望可以經由拍賣網站讓顧客輕鬆購物，使營業收入提高。

第二節 需求細項解說

表 4：需求細項說明

(1)首頁	主要以產品、LOGO 形象為主，為廠商需求中重要的角色，必須比其他頁面來得更亮眼，吸引顧客的眼光，讓顧客感興趣的繼續瀏覽。
(2) NEW 新貨	放置最新商品，依照客戶所給的價錢、材質、尺寸，顯示在商品旁邊，使顧客清楚知道商品細項。
(3)HOT 熱門	以最多人購買之商品為準，依照訂單和瀏覽的點閱率，放置熱門商品，並且加強美化圖片，吸引顧客眼光。
(4)全部商品	細分產品項目，讓顧客輕鬆做選擇。
(5)特價	瑕疵產品、換貨、大量採購商品之特價。
(6)會員專區	分為註冊、個人資料專區、訂單查詢，讓客戶在購買時直接填寫資料，可在訂單上顯示。
(7)購物說明	細說購物流程。
(8)關於我們	為委託者寫經歷、創業過程、理想目標。
(9)後台管理	進行會員資料維護、並觀察營業收入，及客戶瀏覽店閱率。

第三節 系統目標與應用範圍

本研究主要以消費者為對象，發展購物網站為主要系統。在產品方面衣物產品為主，將相關產品資訊透過網路傳送至網站上，並提供會員、留言板、線上訂單等相關的服務。並研究如何吸引網友上門，瀏覽網站資訊並進而消費購物。

藉由網際網路的基本特性及電腦強大的運算與儲存能力，展現網際網路行銷特色與優點，因而能帶來成本的降低、銷售的成長以及增加經營的優勢。

主要目標

1. 商品數位化

實品拍攝、產品解說，能讓顧客更能仔細選擇材質布料、尺寸是否合適自己。

2. 降低成本與快速導覽的行銷活動

由於購物網站不需要實體店面、店員所以不需要這些成本之支出及商品之虛擬化不會造成商品的囤積形成固定資產增加。且網際網路行銷是一種直效行銷，不需要透過中間商而是廠商與消費者直接的接觸可以大量的減少通路所需花費的成本。

3. 讓委託者資訊快速更新

利用網際網路的便利性，使的管理者可以在任何有網路的地方對購物網站進行管理，並且能快速得對購物網站的商品內容進行更新得動作。使的購物網站的商品都會以最快速的及最完整的呈現給消費者。

4. 商品應用

把商品更實用化，讓顧客有搭配選擇，可以一次購足。

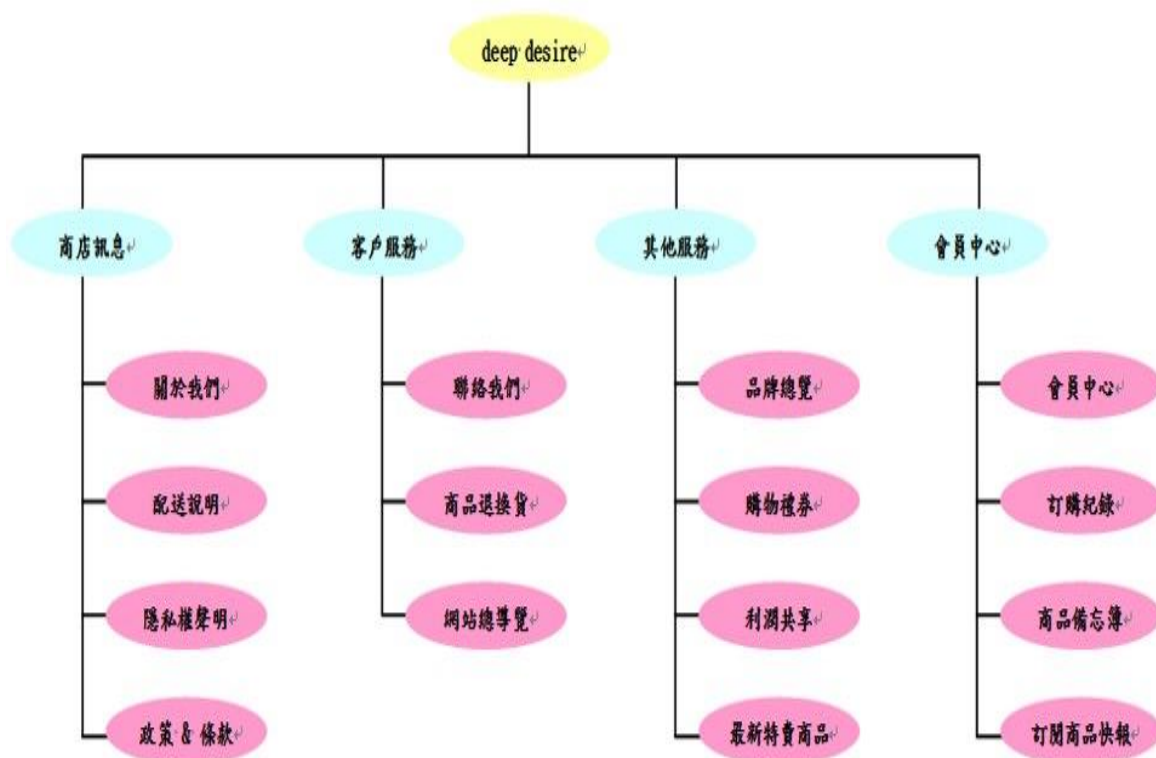
5. 寄送 mail、簡訊通知

讓顧客清楚知道訂單狀態和確認通知，也方便委託者清楚知道商品出貨狀況。

第四章 預期研究成果

第一節 系統功能與架構

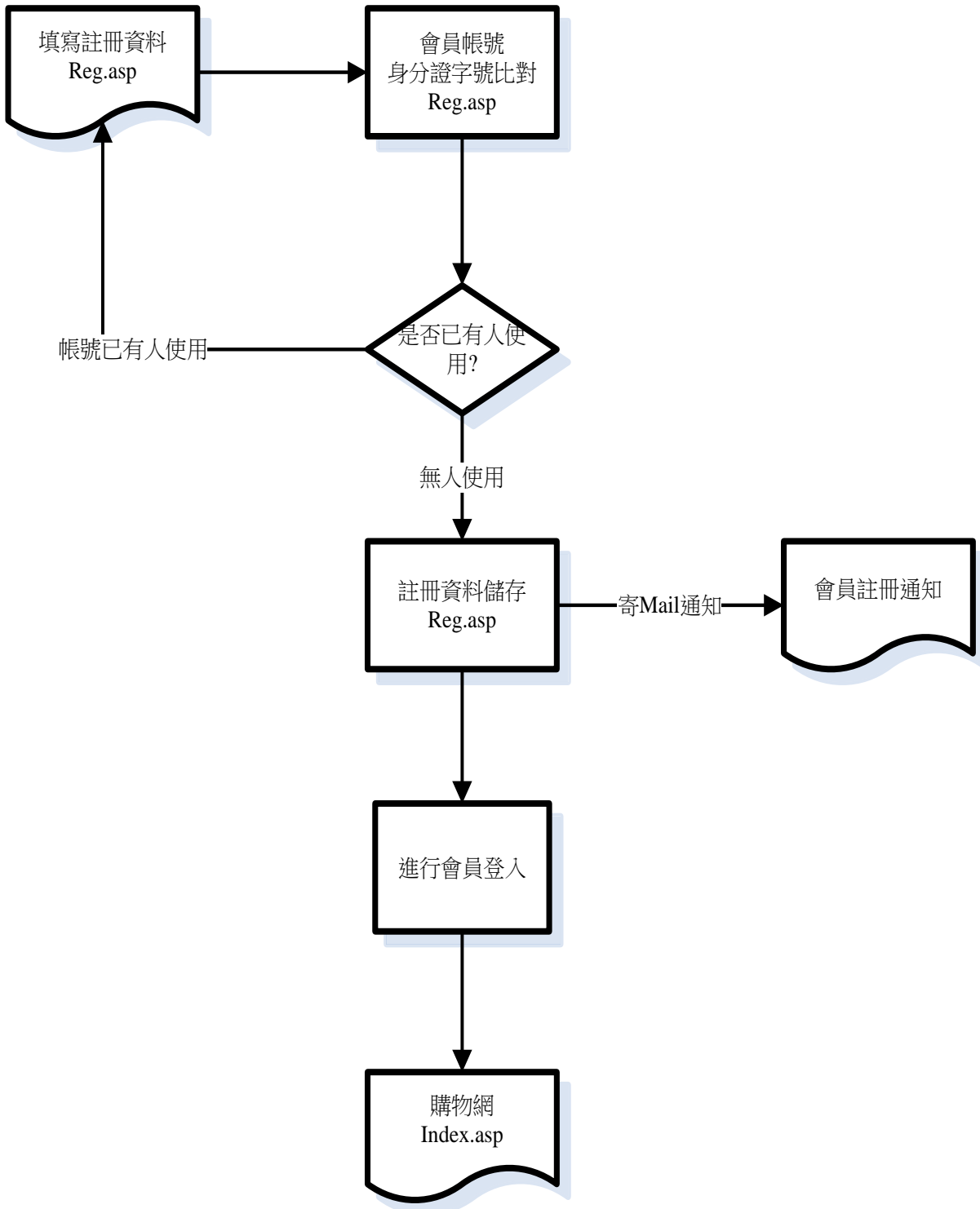
圖 6:系統功能與架構



第二節 連結流程圖

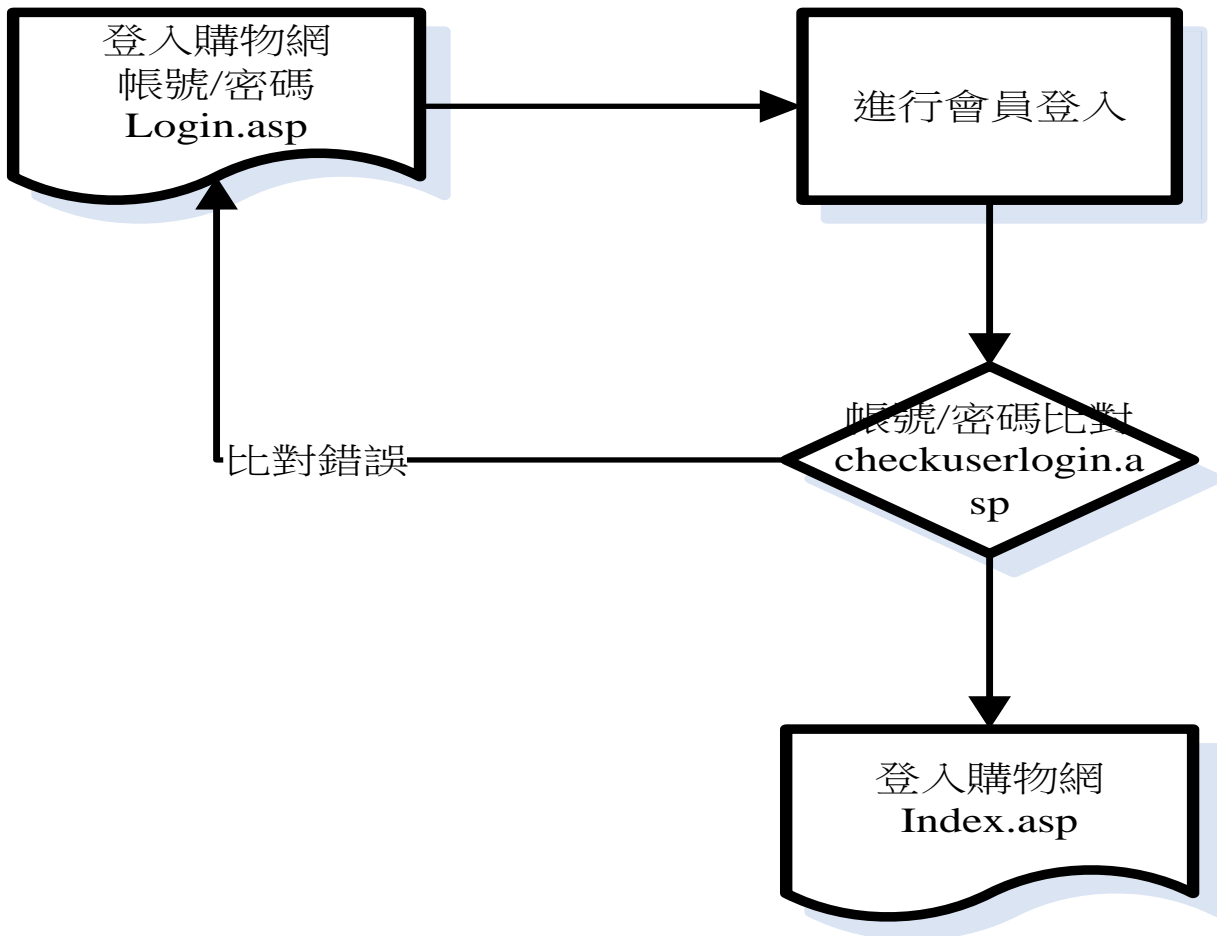
2.1 註冊流程圖

圖 7: 註冊流程圖



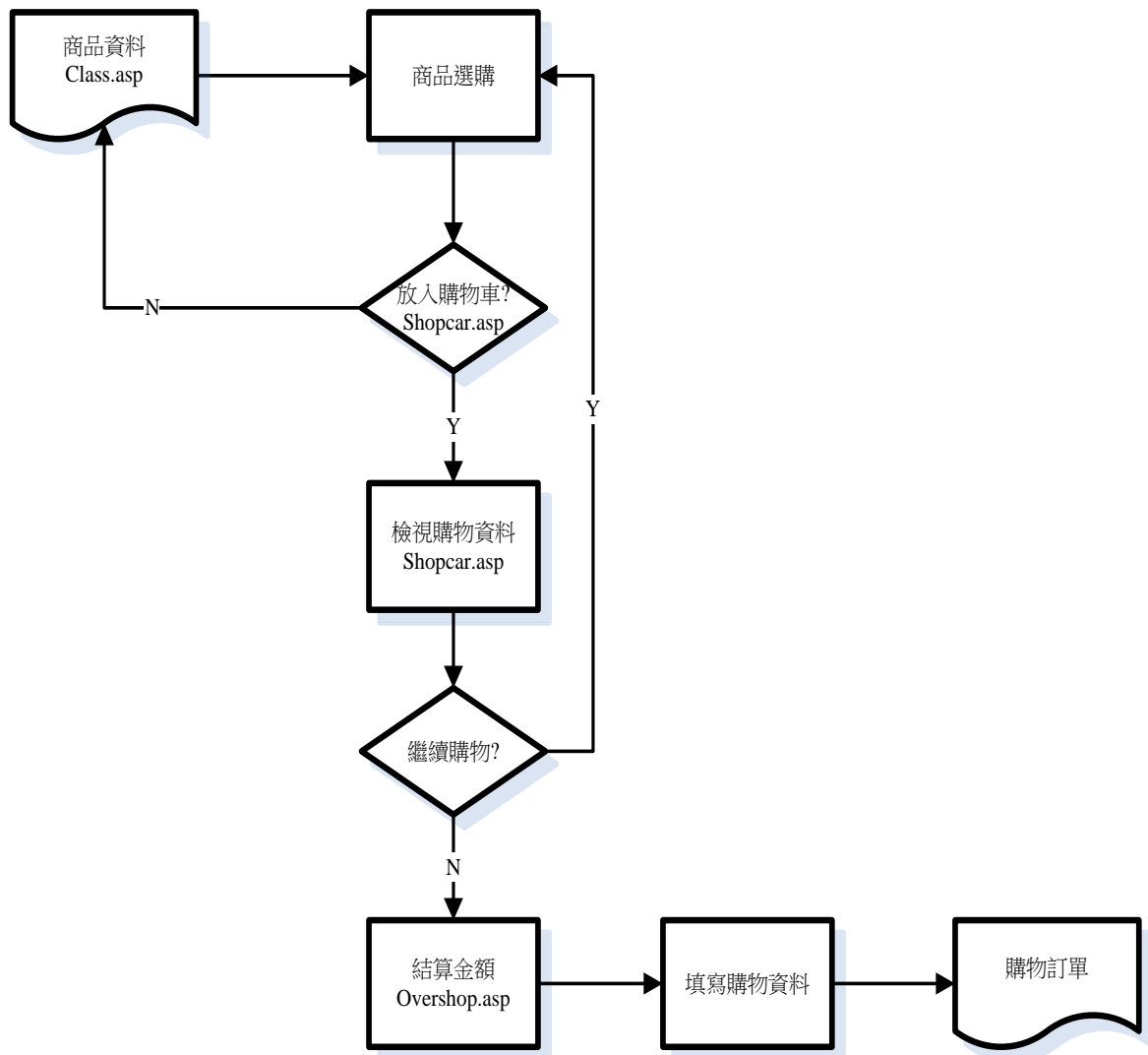
2.2 登出／登入流程圖

圖 8: 登出／登入



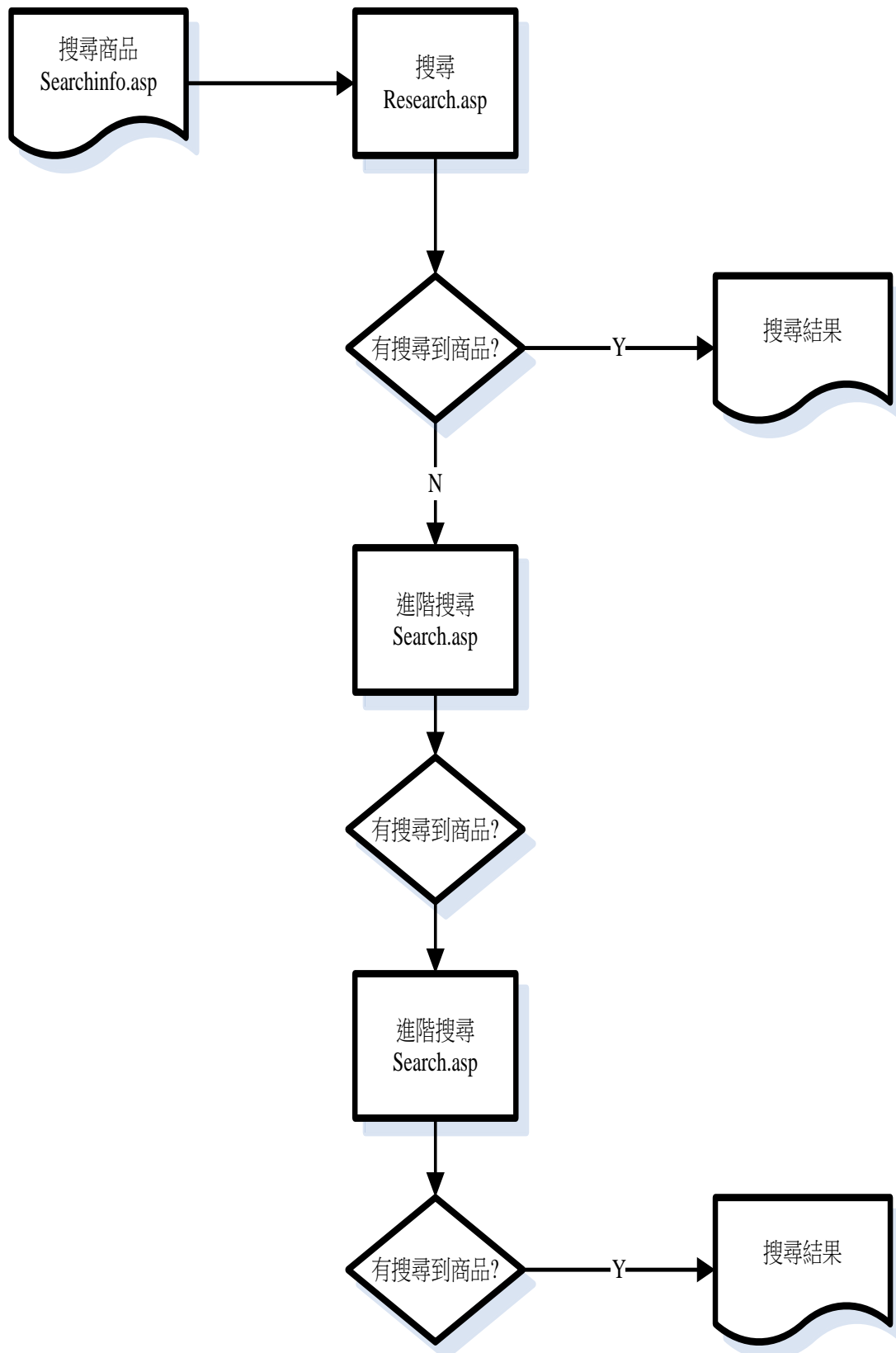
2.3 購物流程圖

圖 9: 購物流程圖



2.3 搜尋功能流程圖

圖 10: 搜尋功能流程圖



第三節 系統特色

1. 購物車

客戶對喜愛的商品放入購物車中，讓顧客在借面上能方便看到目前自己的訂單，確認後填寫訂單資訊，而管理員在後臺可以處理收到的訂單資訊，讓使用者方便管理客戶訂單。

2. 會員線上訂購產品

(1)會員找到欲購買的產品，在點擊訂購將產品加入購物車後，可返回繼續購物

會員可以隨時察看購物車，修改訂購商品數，刪除已加入購物車的商品，並計算價格。

在會員確認購買時，要求會員輸入訂購人、收貨人等資訊。

(2)在會員購買程序結束後，將向會員發送確認 E-mail，E-mail 的內容包括會員訂單號、訂購商品列表。

3. 會員訂單管理

(1)使用者通過密碼登錄。每個管理員可修改自己的密碼。而具有最高許可權的管理員可以修改其他管理員的密碼及其它資訊。

(2)在管理員查詢訂單介面，管理員可以選擇查詢條件。

第四節 使用對象

一、 使用者:

本網站提供簡單、易操作的介面，可讓各年齡層之消費者進行購物行為。

二、 店 家:

店家使用的是後台管理系統，可隨時新增、修改、刪除商品資訊，也能接收獲得商品的訂單資訊。

第五節 使用環境

- 一、 作業系統:Microsoft Windows XP、Microsoft Windows 7、Microsoft Windows 8。
- 二、 瀏覽器:Internet Explorer 6.0

第六節 開發工具

- 一、 程式開發:

Hyper Text Markup Language、Personal Home Page、Asp.net、JavaScript。

- 二、 影像開發:

Adobe Photoshop CS3。

- 三、 網頁開發:

Microsoft office FrontPage 2003、Adobe Dreamweaver CS3。

- 四、 資料庫開發:

Microsoft Office Access 2003、Microsoft SQL Server

第七節 網站特色

在本組專題中，以行銷目的為主軸，並讓委託者更方便應用簡單的會員資料庫，在顧客挑選衣服時，能更清楚產品的質地、尺寸、搭配方法，讓顧客一次購買集全，期許能讓固定客戶更加廣泛，以網頁瀏覽率、營業收入提高為主要觀察。

第五章 預期研究

第一節 預期研究

網際網路的蓬勃發展，象徵電子 e 時代的來臨。在不久的將來，電子商務 (eBusiness / eCommerce) 將取代傳統的商業活動。電子商務主要分為 3 種行式：企業對消費者 (B2C)、企業對企業 (B2B)、及消費者對消費者 (C2C)。所謂 B2C 電子商務就是在網路上開設店面，把傳統的商業交易在網際網路上來進行。

而在目前資訊網路時代中，各家公司無不卯足全力將自家的產品作業流程電腦化，希望透過電腦系統的協助達成產品消費量的提高，而在各大統計報告中明顯的告訴各家公司，目前利用網路購物的民眾也日漸增加。因此透過網路進行買賣的行為也慢慢的擴大化及普及化。

很感謝與我們討論的指導老師，給我們很多明確方向，期許我們能做到的應用，對委託者越簡單越順手越好用，目前一部分想要特別吸引顧客的方法都還在研討，網路上也有許多特別好玩的東西，只是除了做出來，還是需要時間學習，畢竟不只是程式方面的應用，對我們來說專題成果就像是自己的孩子一樣，做到了自己的目標後，還想要往更多方面發展，並不是讓他停止長高，必須要更多元更豐富，大家才會注意著自己的孩子。

第二節 預期研究效益

店家可以經由此次的行銷企劃，推廣期商品與提升知名度及營業額，利用最新消息功能，讓顧客得知最新商品訊息；經由後台管理系統，可以隨時新增、修改及刪除各項產品的訊息，並透過本次研究，來歸納出各種產品的銷售狀況以及顧客的相關資訊，作為未來經營的策略。

在本組專題中，以行銷目的為主軸，並讓委託者更方便應用簡單的會員資料庫，在顧客挑選衣服時，能更清楚產品的質地、尺寸、搭配方法，讓顧客一次購

買集全，期許能讓固定客戶更加廣泛，以網頁瀏覽率、營業收入提高為主要觀察。然後，提供消費者一個購物平台，使之更有比較差價的空間。提供消費者視覺上的享受，在購物上更有真實感。使我們在學生生涯中的知識及實戰經驗更加豐富。在未來發展方向上，希望可以擴展產品的多元化，以促使顧客率的提昇。

第三節 預期研究限制

由於時間的限制因素，所呈現的效益以及營業額的成長幅度可能不大，因為是採用免費資源來做行銷策略，所以在推廣行銷部分較容易受到限制。網站最終會交回店家管理維護，但，如果店家沒時間管理的話，網站就很難可再繼續經營下去。

第四節 預期平台畫面

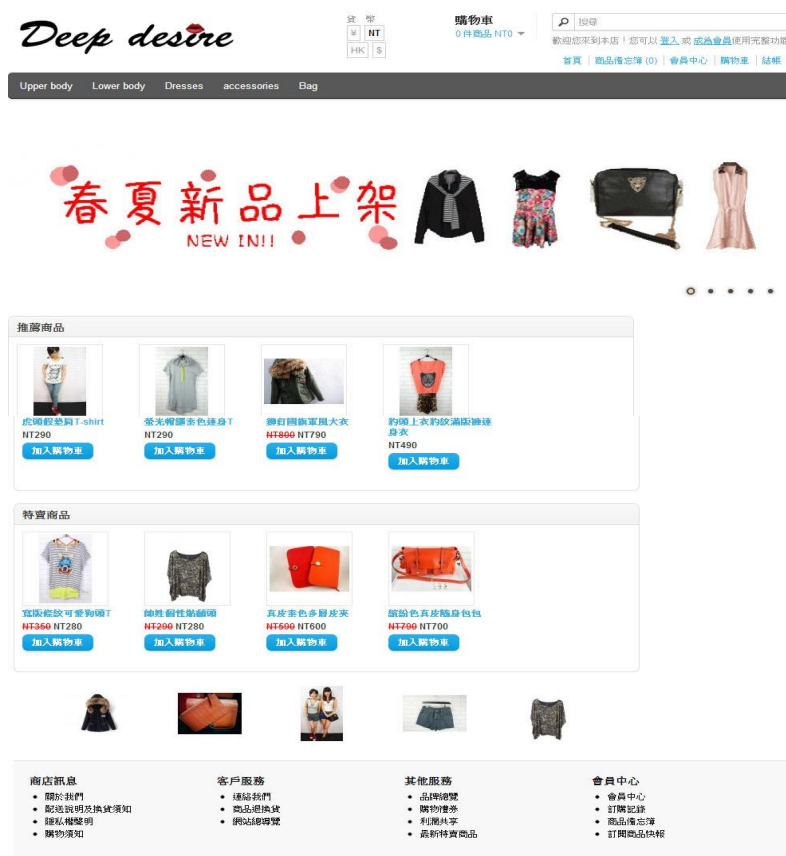


圖 11: 預期平台畫面

第六章 分工執掌和進度表

第一節 系統規劃表

表 5:系統專案規畫表

主要系統專案規劃表清單	
項目	所需時間
1. 相關資料蒐集與需求分析	2012/10/2~2012/11/6
2. 平台規劃與設計	2012/10/23~2013/02/12
2.1 需求功能討論	2012/10/23~2012/12/11
2.2 蒐集產品實圖	2012/12/04~2012/12/25
2.3 美工設計	2012/12/18~2013/01/22
2.4 網頁相關圖表製作	2013/01/15~2013/02/12
3. 網頁建置作業	2013/02/05~2013/07/23
3.1 功能程式撰寫	2013/02/05~2013/03/12
3.2 程式資料建立	2013/03/05~2013/04/16
3.3 功能資料建檔	2013/04/02~2013/05/14
3.4 資料庫建立	2013/05/07~2013/06/18
3.5 網頁功能整合	2013/06/04~2013/07/23
4. 網頁系統除錯與測試	2013/07/16~2013/07/30
5. 專案平台上線	2013/07/23~2013/08/06
6. 系統維護及管理營業	2013/07/30~2013/08/13
7. 目標達成進度與成果	2013/08/06~2013/08/27

第二節 分工執掌

表 6: 專題工作分配表

主要 編號	主要工作項目	主要成員姓名				代理成員姓名				總時 數
		曾 楷 軒	謝 慧 珊	林 俐 伶	梁 家 禎	謝 慧 珊	曾 楷 軒	梁 家 禎	林 俐 伶	
1.	相關資料蒐集與需求分析	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	105	
2.	平台規劃與設計	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	309	
2.1.	需求功能討論	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	147	
2.2.	蒐集產品實圖	✓		✓			✓	✓	63	
2.3.	美工設計		✓		✓	✓		✓	105	
2.4.	網頁相關圖表製作	✓		✓			✓	✓	84	
3.	網頁建置作業	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	420	
3.1.	功能程式撰寫		✓		✓	✓		✓	105	
3.2.	程式資料建立	✓		✓			✓	✓	126	
3.3.	功能資料建檔	✓	✓				✓	✓	126	
3.4.	資料庫建立	✓	✓				✓	✓	126	
3.5.	網頁功能整合	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	147	
4.	網頁系統除錯與測試	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	42	

5.	專案平台上線	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	42
6.	系統維護及管理	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	42
7.	目標達成進度與成果	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	63
備註:大項目為總時數，一天工作時間以 3hr 計算。										

第三節 分工執掌細項說明

1. 相關資料蒐集與需求分析:

搜尋相關拍賣網站資料，並討論、分析及其功能。

並尋找學長姐相關專題資料參考，網路搜尋相關程是資料，以及系統規格需求和實作所需要程式，並詢問指導老師是否能做應用，在進行下載安裝做準備。

2. 平台規劃與設計:

與客戶討論介面功能和 logo 設計，再細項 2 裡把需求架構做流程圖並細說明其功能以及應用方面。

2.1. 需求功能討論以及網站架設:

依照客戶所需的功能，研究連結應用以及資料庫存放位置。並著手網站架設，實作客戶所需介面，並且製作連結藍圖流程，以節省安排連結時間。

2.2. 蒐集產品實圖:

跟客戶取商品實照並美化。

2.3. 美工設計:

除了客戶商品美化外，也可以搜尋讓網頁更豐富有趣的圖片圖表或圖底。

2.4. 網頁相關圖表製作

製作會員資料格式，商品格式，放置網頁上的圖片格式，使商品圖更為清楚顯眼的呈現給顧客瀏覽。

3. 網頁建置作業:再細項 3 中，將系統所需的程式文字檔(TXT)建構起來。
 - 3.1. 功能程式撰寫、商品搭配應用:
會員資料庫應用 SQL 建構、網路搭配應用所需程式碼及流程建構，以及嵌入 HTML 碼，搭配網站特色做應用。
 - 3.2. 程式資料建立:將程式碼文字檔分類儲存起來加以備份。
 - 3.3. 功能資料建檔:
例如會員資料庫的 SQL，儲存起來做備份。
 - 3.4. 資料庫建立:
將網站所應用之資料庫，建立清單。
 - 3.5. 網頁功能整合:
做連結設定以及上傳至網路空間。
4. 網頁系統除錯與測試:
了解系統上的缺點，加以改進以及除錯。並加強功能。
5. 專案平台上線:正式宣傳網站。
6. 系統維護及管理:維護網站系統。
7. 目標達成進度與成果:觀察顧客數量和點閱率，營收有無增加。

第四節 PERT 圖



圖 12: PERT 圖

第五節 甘特圖

識別碼	工作名稱	開始	完成	期間	2012		2013										
					十月		一月	二月	三月	四月	五月	六月	七月	八月			
1	相關資料蒐集與需求分析	2012/10/2	2012/11/6	26d	[Gantt bar]												
2	平台規劃與設計	2012/10/23	2013/2/12	81d	[Gantt bar]												
3	需求功能討論	2012/10/23	2012/12/11	36d	[Gantt bar]												
4	蒐集產品實圖	2012/12/4	2012/12/25	16d	[Gantt bar]												
5	美工設計	2012/12/18	2013/1/22	26d	[Gantt bar]												
6	網頁相關圖表製作	2013/1/15	2013/2/12	21d	[Gantt bar]												
7	網頁建置作業	2013/2/5	2013/7/23	121d	[Gantt bar]												
8	功能程式撰寫	2013/2/5	2013/3/12	26d	[Gantt bar]												
9	程式資料建立	2013/3/5	2013/4/16	31d	[Gantt bar]												
10	功能資料建檔	2013/4/2	2013/5/14	31d	[Gantt bar]												
11	資料庫建立	2013/5/7	2013/6/18	31d	[Gantt bar]												
12	網頁功能整合	2013/6/4	2013/7/23	36d	[Gantt bar]												
13	網頁系統除錯與測試	2013/7/16	2013/7/30	11d	[Gantt bar]												
14	專案平台上線	2013/7/23	2013/8/6	11d	[Gantt bar]												
15	系統維護及管理營業	2013/7/30	2013/8/13	11d	[Gantt bar]												
16	目標達成進度與成果	2013/8/6	2013/8/27	16d	[Gantt bar]												

圖 13: 甘特圖

第六節 環境圖

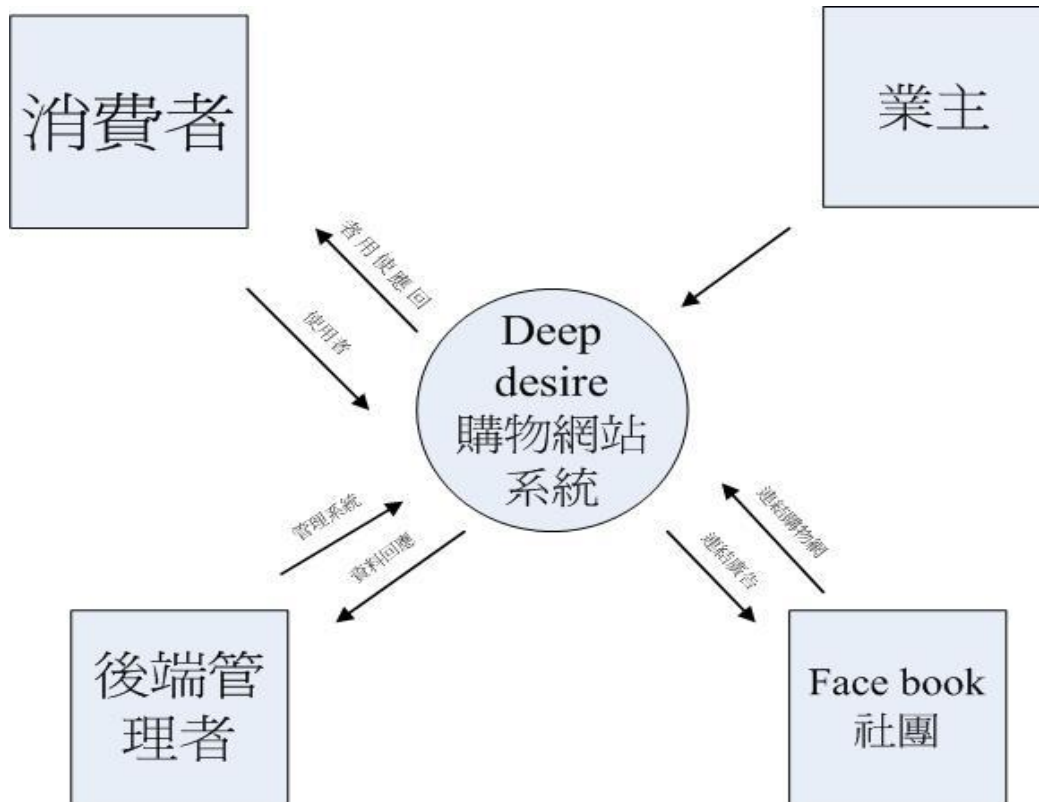
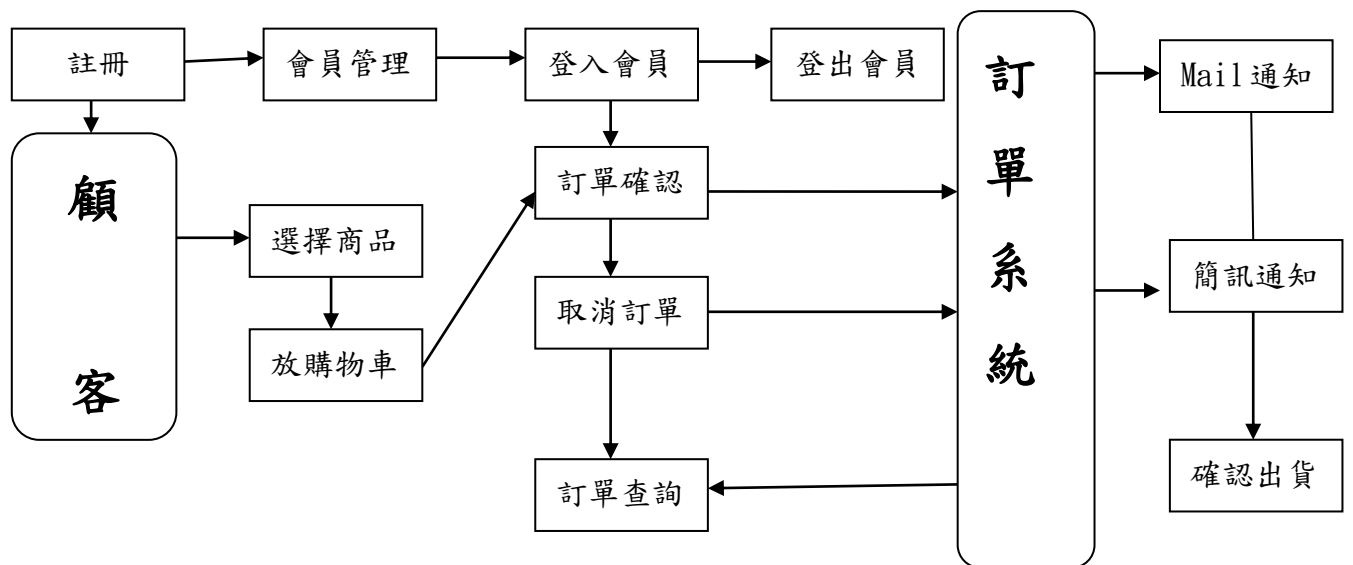


圖 14: 環境圖

第七節 訂單與顧客關係

圖 15: 訂單與顧客關係



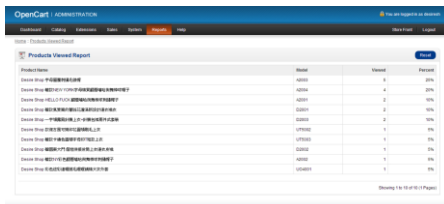
第七章 結論與建議

此專題構想為，實際為委託者執行企劃與網頁實質上架並導入網路之系統，雖然導入後之結果不如預期，但在實作部份學到了很多，如何製作網站頁面、安排時程、網站上架，也在網站上架中，面臨了許多困難，也謝謝指導老師陳老師耐心的教導我們，讓我們能夠順順利利的上架，也學會了團隊精神，一步步的完成此專題。

我們希望此專題，不只是在整個企劃完成後就結束，而是希望能持續為委託者經營及維護，但同時也需要委託者能夠配合我們希望達成的目標，而我們目的是能夠讓委託者能夠更方便上架物品及提高瀏覽率，期許能夠與線上購物平台競爭，但也需要進一步與委託者接洽，討論目標及期許。

導入後所面臨的問題(導入前依照廠商所提供的資料，提出問題)：

1. Q: 客戶瀏覽率高不高?



Product Name	Views	Orders	Revenue
產品名稱	12345	1	100
產品名稱	56789	2	200
產品名稱	98765	3	300
產品名稱	43210	4	400
產品名稱	87654	5	500
產品名稱	32109	6	600
產品名稱	76543	7	700
產品名稱	21098	8	800
產品名稱	65432	9	900
產品名稱	10987	10	1000

A:

2. Q: 是否上線時間過於短暫，成效不大明顯。

A: 與廠商溝通虛擬主機是否付費問題，尋找網域申請和主機申請的討論花過多時間。與廠商協調所需要的產品介面和功能，並未快速達成廠商使用目標而做了更改。正式上線前，廠商產品上架時間過於緩慢。

3. Q: 初期未達預期顧客成長數。

A: 廠商提供累積一年半臉書粉絲團所經營的客戶量達 384 以上。

正式上線期間未滿一個月，依照廠商提供客戶量，平均一個月必需達成 21 人以上，才算達成預期顧客成長數。

4. 初期未達預期銷售金額。

A: 廠商提供累積一年半臉書粉絲團所經營的銷售金額 313290 元。

正式上線期間未滿一個月，依照廠商提供之銷售金額，平均一個月必需達成 17450 元，才算達成預期顧客成長數。

5. Q: 如何解決客戶量及銷售量?

A: 客戶量依廠商提供的不重覆客戶有 384 人，也就是舊有客戶，也能說是基本的有效會員，可以先抓主舊有客戶，讓舊有客戶知道這個新網站，可以先以粉絲團的分享，或是讓客戶分享網站連結即可有優惠特價產品的專案，推廣新網站的瀏覽率，並希望能達到新的銷售量。

建議：系統導入後，將持續經營並改善系統，達到廠商目標，並先再多一個月初期來看系統導入後的預期目標客戶量和銷售量。

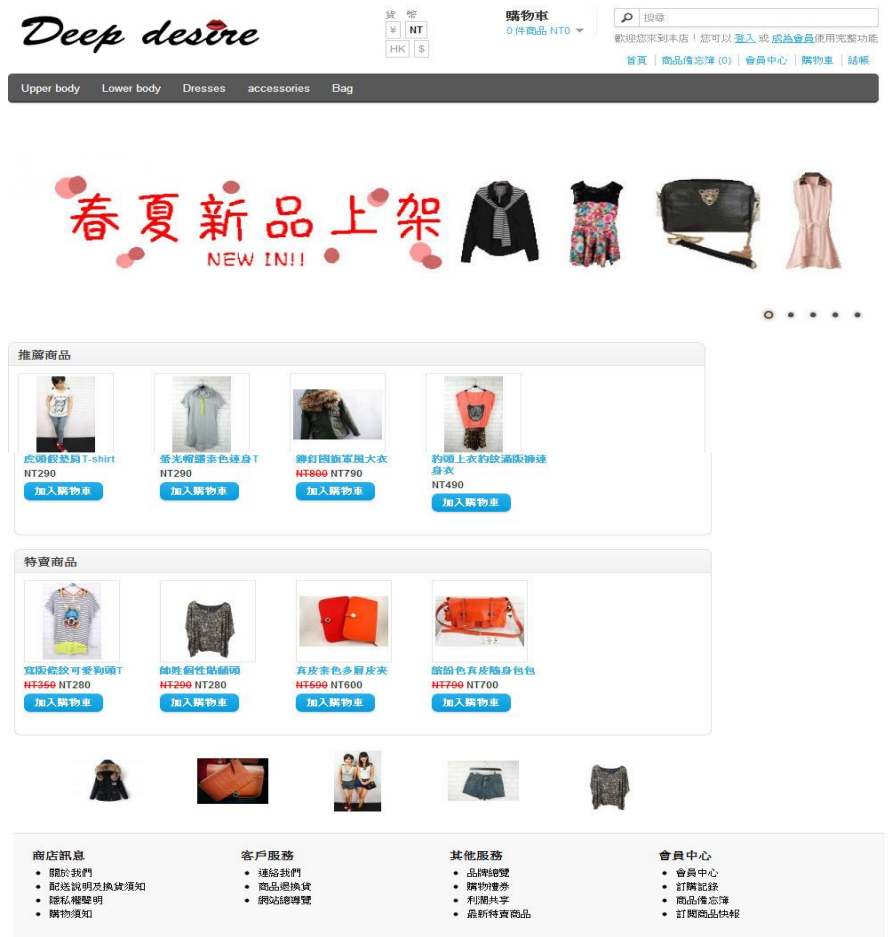
第八章 參考文獻

- 一、 『電子商務導論』華泰文化事業公司、作者:曹祥雲、方之光、顏宏旭。
- 二、 『資料庫基本理論與實作』東華書局出版、作者:蔣定安。
- 三、 『SQL Server2000 設計實務』旗標出版、施威銘研究室著。
- 四、 『ASP 網頁製作教本』旗標出版、作者:王國榮。
- 五、 『電子商務』滄海出版、作者:樂斌、羅凱揚。
- 六、 『Active Server Pages3.0』學冠行銷股份有限公司 作者:陳會安。
- 七、 五大熱門服務業創業行業 (青輔會網站)

附錄一 使用者手冊

首頁上方功能：

貨幣選擇、商品備忘簿、購物車、會員中心(登入&註冊)、結帳功能、商品選單



首頁下方功能：

商店訊息	客戶服務	其他服務	會員中心
<ul style="list-style-type: none"> 關於我們 配送說明及換貨須知 隱私權聲明 購物須知 	<ul style="list-style-type: none"> 連絡我們 商品退換貨 網站總導覽 	<ul style="list-style-type: none"> 品牌總覽 購物禮券 利潤共享 最新特賣商品 	<ul style="list-style-type: none"> 會員中心 訂購記錄 商品備忘簿 訂閱商品快報

商品備忘錄

Upper body Lower body Dresses accessories Bag

眼鏡老虎T-shirt 已加入您的 商品備忘簿

暢銷商品



寬版條紋可愛狗頭T
NT360 NT280
加入購物車



螢光帽繩素色連身T
NT290
加入購物車



眼鏡老虎T-shirt

首頁 > Upper body > T-shirt

T-shirt



排列方式 圖文 / 圖片

排序方式 預設

顯示數量 15

商品比較清單 (0)



寬版條紋可愛狗頭T

▼材質 - 彈性棉 ▼黑 / 白 ▼規格 - 胸寬62 肩寬39 袖口寬17 全長 (前)52(後)60 下擺寬47...

NT360 NT280
含稅價 NT280

加入購物車

- 加入商品備忘
- 加入商品比較



帥性個性骷髏頭

NT290 NT280
含稅價 NT280

加入購物車

- 加入商品備忘
- 加入商品比較

Deep desire

貨幣
¥ NT
HK \$

購物車

3件商品 NT810

搜尋

親愛的 @ 歡迎您回來! (登出)

首頁 商品備忘簿 (3) 會員中心 購物車 結帳

Upper body Lower body Dresses accessories Bag

首頁 > 帳戶 > 商品備忘簿

商品備忘簿

商品圖	商品名稱	型號	庫存數	價格	動作
	寬版條紋可愛狗頭T	ca400005	庫存狀況	NT360 NT280	
	帥性個性骷髏頭	ca400001	庫存狀況	NT290 NT280	
	眼鏡老虎T-shirt	ca400007	庫存狀況	NT290	

繼續

會員中心

- 我的帳戶
- 修改會員資料
- 修改密碼
- 通訊簿
- 商品備忘簿
- 訂購記錄
- 下載中心
- 退换货記錄
- 帳戶資金明細
- 訂閱商品快報
- 登出

價格分原價、特價。動作為放入購物車、刪除

會員中心

可以檢視會員資料、修改密碼地址、查詢訂購紀錄

Deep desire

貨幣: NT HK \$

購物車: 4件商品 NT1,090

搜尋

親愛的 a 歡迎您回來! ([登出](#))

[首頁](#) | [商品備忘簿 \(3\)](#) | [會員中心](#) | [購物車](#) | [結帳](#)

Upper body Lower body Dresses accessories Bag

[首頁](#) > [我的帳戶](#)

帳戶資訊

我的帳戶

- [修改會員資料](#)
- [修改密碼](#)
- [修改地址](#)
- [商品備忘簿](#)

我的訂單

- [訂購記錄](#)
- [下載中心](#)
- [退换货記錄](#)
- [帳戶資金明細](#)

我的訂閱

- [訂閱最新商品資訊](#)

會員中心

- [我的帳戶](#)
- [修改會員資料](#)
- [修改密碼](#)
- [通訊簿](#)
- [商品備忘簿](#)
- [訂購記錄](#)
- [下載中心](#)
- [退换货記錄](#)
- [帳戶資金明細](#)
- [訂閱商品快報](#)
- [登出](#)

Deep desire

貨幣: NT HK \$

購物車: 4件商品 NT1,090

搜尋

親愛的 a 歡迎您回來! ([登出](#))

[首頁](#) | [商品備忘簿 \(3\)](#) | [會員中心](#) | [購物車](#) | [結帳](#)

Upper body Lower body Dresses accessories Bag

[首頁](#) > [帳戶](#) > [修改帳戶資訊](#)

帳戶資訊

個人資料

* 名字	<input type="text" value="a"/>
* 姓氏	<input type="text" value="test"/>
* 電子郵件	<input type="text" value="xxd159@gmail.com"/>
* 聯繫電話	<input type="text" value="0900000000"/>
傳真電話	<input type="text"/>

[返回](#)

[繼續](#)

會員中心

- [我的帳戶](#)
- [修改會員資料](#)
- [修改密碼](#)
- [通訊簿](#)
- [商品備忘簿](#)
- [訂購記錄](#)
- [下載中心](#)
- [退换货記錄](#)
- [帳戶資金明細](#)
- [訂閱商品快報](#)
- [登出](#)

修改個人資料畫面，繼續表示確定更改，返回則取消

購物車

放入商品，待結帳

Deep desire

貨幣
¥ NT
HK \$

購物車
4件商品 NT1,090

搜尋

親愛的 a 歡迎您回來! (登出)

[首頁](#) | [商品備忘簿 \(3\)](#) | [會員中心](#) | [購物車](#) | [結帳](#)

[Upper body](#) | [Lower body](#) | [Dresses](#) | [accessories](#) | [Bag](#)

[首頁](#) > [購物車](#)

購物車 (1.00kg)

商品圖	名稱	型號	數量	單價	總計
	寬版條紋可愛狗頭T	ca400005	2  	NT280	NT560
	帥性個性骷髏頭 贈送紅利點數: 200 點	ca400001	1  	NT280	NT280
	性感運動風挖肩背心+短褲 贈送紅利點數: 300 點	ca400002	1  	NT250	NT250

其他功能

如果您要使用優惠券、購物禮券或紅利點數請在此點選，也可以點選運費計算來試算您的運費金額

運費試算

商品總計: NT1,090

帳單總計: NT1,090

[繼續購物](#)

[結帳](#)

其他功能

運費試算可算出商品+運費的總金額，金額會再增加運費

其他功能

如果您要使用優惠券、購物禮券或紅利點數請在此點選，也可以點選運費計算來試算您的運費金額

運費試算

請選擇您的收件地點

* 國家

* 地區或省

郵遞區號

[計算](#)



商品總計: NT1,090

固定運費: NT60

帳單總計: NT1,150

[繼續購物](#)

[結帳](#)

[結帳](#)

結帳功能

Deep desire

貨幣
¥ NT
HK \$

購物車

4件商品 NT1,150

搜尋

親愛的 a 歡迎您回來! (退出)

[首頁](#) | [商品備忘簿 \(3\)](#) | [會員中心](#) | [購物車](#) | [結帳](#)

[Upper body](#) | [Lower body](#) | [Dresses](#) | [accessories](#) | [Bag](#)

[首頁](#) > [購物車](#) > [結帳](#)

結帳

1: 結帳確認

2: 帳單地址

[修改 >](#)

3: 配送地址

[修改 >](#)

4: 配送方式

[修改 >](#)

5: 付款方式

[修改 >](#)

6: 最後確認

商品名稱	型號	數量	單價	金額
寬版條紋可愛街頭T	ca400005	2	NT280	NT560
帥性個性貼繭頭	ca400001	1	NT280	NT280
性感運動風挖肩背心+短褲	ca400002	1	NT250	NT250
			商品總計:	NT1,090
			固定運費:	NT60
			帳單總計:	NT1,150

銀行轉帳付款說明

商店收款銀行帳戶

郵局(700)
帳號 4705-3801-1019-9474
姓名 謝慧珊

轉帳金額已您的結帳金額為主囉!
我們以轉帳金額和您的姓名作為依據，
會在另發MAIL和簡訊通知您的入帳狀況囉!

感恩!

★確定入帳後，我們會立即幫您處理，感謝您的支持與愛護★

[確定送出](#)

依照會員資料填入式進去 1-6 個資料，帳單、配送地址需要變更則自行輸入。

關於我們

Deep desire

貨幣
¥ NT
HK \$

購物車
4件商品 NT1,150

搜尋

親愛的 a 歡迎您回來! (登出)

[首頁](#) | [商品備忘簿 \(3\)](#) | [會員中心](#) | [購物車](#) | [結帳](#)

[Upper body](#) | [Lower body](#) | [Dresses](#) | [accessories](#) | [Bag](#)

[首頁](#) > [關於我們](#)

關於我們

關於我們

【Deep desire宗旨】

- ** Deep相信很多買家們都買過照片和實物差很多的經驗
故我們提供照片實照,全方位服務及詢問讓買家們熟知自己要購買之商品! **
- ** Deep 提供買家們平價的價格及好的品質與服務
- ** Deep 傾聽買家們的心聲,歡迎買家提供建議及想法,若有喜歡的款式也可PO
給Deep參考唷!批貨時若有看到絕對會提供買家們心理所想的款式!
- ** Deep 會不時的給予優惠活動,讓買家們買的開心又值得!
- ** Deep 衷心感謝各位買家們的支持與愛戴,我們將會提供更好的服務給您

[繼續](#)

配送說明及換貨須知

Deep desire

貨幣
¥ NT
HK \$

購物車
4件商品 NT1,150

搜尋

親愛的 a 歡迎您回來! (登出)

[首頁](#) | [商品備忘簿 \(3\)](#) | [會員中心](#) | [購物車](#) | [結帳](#)

[Upper body](#) | [Lower body](#) | [Dresses](#) | [accessories](#) | [Bag](#)

[首頁](#) > [配送說明及換貨須知](#)

配送說明及換貨須知

- ① 購買滿 \$ 1000 (含)元即可享免郵資
- ② 購買未滿 \$ 1000 (含)元則需付郵資 \$ 70
- ③ 特價商品不列入免郵資優惠,請買家體諒,Deep特價商品皆給予最低價格
- ④ Deep desire 採預購及現貨方式 (註記於相片解說)
- ⑤ 商品確認後工作天為 7 - 30天 (不包含假日)
- ⑥ 商品確認後不可更改
- ⑦ Deep desire 不提供退貨服務僅提供換貨服務 (請詳讀換貨須知)
- ⑧ 照片提供實照及MD照 (註記於相片解說),請買家詳看規格再下單
若有問題或疑問歡迎詢問服務員 - 果子 於德慧
- ⑨ Deep desire 提供良好的服務品質,希望買家不要為難我們或吹毛求疵
我們會進行 檢查 / 燙平 / 重新包裝 讓買家們收到有品質的商品
也歡迎買家們提供建議
- ⑩ 每件商品Deep都會拆封檢查流程,如有買家不能接受請另外告知唷!
- ⑪ 追加的衣服若遇到斷貨,ATM付款的我們則會做退款動作,
若為貨到付款則自動取消斷貨訂單並另行告知

【換貨須知】

- ① Deep desire僅接受有瑕疵之商品換貨
- ② Size不符、5公分內差距、顏色差異、不符合本身喜歡或感覺皆不屬於瑕疵
範圍,故Deep一再強調請買家們詳讀規格唷!
- ③ 瑕疵定義 - 髒汙、商品內建掉落
- ④ 換貨請於收貨當天告知並於七天內辦妥換貨手續
- ⑤ 下水過、使用過、人為破壞皆不接受換貨,這些Deep都會詳細檢查
- ⑥ 運費買家買家各付一次,基本上我們都是檢查好過後才安心的將貨品寄出,
所以目前deep都沒有遇過這樣的問題唷!

[繼續](#)

隱私權聲明

Deep desire

貨幣
¥ NT
HK \$

購物車

4 件商品 NT1,150 -

搜尋

親愛的 a 歡迎您回來! ([登出](#))

[首頁](#) | [商品備忘簿 \(3\)](#) | [會員中心](#) | [購物車](#) | [結帳](#)

[Upper body](#) | [Lower body](#) | [Dresses](#) | [accessories](#) | [Bag](#)

[首頁](#) > [隱私權聲明](#)

隱私權聲明

隱私權聲明

圖片禁止盜用!

繼續

購物須知

【注意事項】

- ① 購買滿 \$ 1000 (含)元即可享免郵資
- ② 購買未滿 \$ 1000 (含)元則需付郵資 \$ 70
- ③ 特價商品不列入免郵資優惠,請買家體諒,Deep特價商品皆給予最低價格
- ④ Deep desire 採預購及現貨方式 (註記於相片解說)
- ⑤ 商品確認後工作天為 7 - 30天 (不包含假日)
- ⑥ 商品確認後不可更改
- ⑦ Deep desire 不提供退貨服務僅提供換貨服務 (請詳讀換貨須知)
- ⑧ 照片提供實照及MD照 (註記於相片解說),請買家詳看規格再下單
若有問題或疑問歡迎詢問服務員 - 果子,於德慧
- ⑨ Deep desire 提供良好的服務品質,希望買家不要為難我們或吹毛求疵
我們會進行 檢查 / 燙平 / 重新包裝 讓買家們收到有品質的商品
也歡迎買家們提供建議
- ⑩ 每件商品Deep都會折封檢查流程,如有買家不能接受請另外告知!
- ⑪ 追加的衣服若遇到斷貨,ATM付款的我們則會做退款動作,
若為貨到付款則自動取消斷貨訂單並另行告知

【換貨須知】

- ① Deep desire僅接受有瑕疵之商品換貨
- ② Size不符、5公分內差距、顏色差異、不符合本身喜歡或感覺皆不屬於瑕疵範圍,故Deep一再強調請買家們詳讀規格!
- ③ 瑕疵定義 - 髒汙、商品內建掉漆
- ④ 換貨請於收貨當天告知並於七天內辦妥換貨手續
- ⑤ 下水過、使用過、人為破壞皆不接受換貨,這些Deep都會詳細檢查
- ⑥ 運費買家賣家各付一次,基本上我們都是檢查好過後才安心的將貨品寄出,
所以目前deep都沒有遇過這樣的問題!

繼續

聯繫我們

Deep desire

貨幣
¥ NT
HK \$

購物車
4件商品 NT1,150

搜尋

親愛的 a 歡迎您回來! (登出)

[首頁](#) | [商品備忘簿 \(3\)](#) | [會員中心](#) | [購物車](#) | [結帳](#)

[Upper body](#) | [Lower body](#) | [Dresses](#) | [accessories](#) | [Bag](#)

[首頁](#) > [聯繫我們](#)

聯繫我們

商店地點

地址
deep desire購物網站
新莊區湯城

服務電話
0917506455

您的留言

聯絡人

a

電子郵件

xxd159@gmail.com

留言內容

請輸入驗證碼

625028

[繼續](#)

聯繫我們

可用於顧客問題，寄發 MAIL 到管理員信箱，聯絡人(3 字元以上)和 MAIL 皆可更改，內容必須超過 10-3000 字元之間，並輸入驗證碼。

退換貨

Deep desire

貨幣
¥ NT
HK \$

購物車
4件商品 NT1,150

搜尋

親愛的 a 歡迎您回來! (登出)

[首頁](#) | [商品備忘簿 \(3\)](#) | [會員中心](#) | [購物車](#) | [結帳](#)

[Upper body](#) | [Lower body](#) | [Dresses](#) | [accessories](#) | [Bag](#)

[首頁](#) > [帳戶](#) > [退換貨](#)

退換貨

請填寫以下資料

訂單內容

* 名字 a	* 訂單號碼
* 姓氏 test	購買日期
* 電子郵件 xxd159@gmail.com	
* 聯絡電話 0900000000	

商品內容

* 商品名稱	* 商品型號	數量 1
* 退換貨原因 <input type="radio"/> 其它, 請詳述 <input type="radio"/> 商品不符 <input type="radio"/> 商品運送途中已毀損 <input type="radio"/> 故障, 請詳述 <input type="radio"/> 訂單有誤	商品已開封? <input type="radio"/> 是 <input checked="" type="radio"/> 否 其他細節	請輸入驗證碼 ce320d

[返回](#)

[繼續](#)

退換貨功能

姓名、mail、電話皆由填入式會員資料，必須要有準確的訂單號碼，商品內容型號必填，退換貨原因必選，細節皆可自由填入資料，必須填入驗證碼。

返回為上一頁，繼續寄送管理員。

退換貨

您的訊息已經送交處理人員。

我們將以E-mail通知您處理情形。

[繼續](#)

品牌總覽

商品依照委託者的型號設定為商品的**品牌總覽**

品牌總覽

c			
ca1	ca3	ca5	ca7
ca2	ca4	ca6	

購物禮卷

購物禮券

禮券將在您完成付款後自動發送到您所指定收件者的Email信箱。

* 收件人名稱

* 收件人的 Email

* 寄件人名稱

* 寄件人的 Email

* 禮券樣式

一般會員

生日

聖誕節

給收件人的話
 (不輸入則留白)

* 禮券金額
 (金額範圍 NT1 到 NT1,000)

我瞭解並同意禮券寄出後將無法退還 [繼續](#)

會員中心

- [我的帳戶](#)
- [修改會員資料](#)
- [修改密碼](#)
- [通訊簿](#)
- [商品備忘簿](#)
- [訂購記錄](#)
- [下載中心](#)
- [退換貨記錄](#)
- [帳戶資金明細](#)
- [訂閱商品快報](#)
- [登出](#)

可以依照會員所累積的購物禮卷，當禮物送給朋友消費，金額有限定 1000 於以內，確認匯款後會寄發 mail 給朋友。

購物禮券


禮券訂單已加入您的購物車！

完成付款後，您填寫的收件人將收到一封電子郵件，內容包含禮券資料和使用方式。

[繼續](#)

特賣商品

所有有特價標示的商品皆會顯示在這裡，讓顧客可以快速搜尋便宜又好看的商品
唷!!



貨幣
¥ NT
HK \$

購物車
4 件商品 NT1,150

親愛的 a 歡迎您回來! ([登出](#))

[首頁](#) | [商品備忘簿 \(3\)](#) | [會員中心](#) | [購物車](#) | [結帳](#)






Upper body Lower body Dresses accessories Bag

[首頁](#) > [特賣商品](#)

特賣商品

排列方式 [圖文](#) / [圖片](#) 排序方式 [預設](#) 顯示數量 [100](#)

[商品比較清單 \(0\)](#)

	寬版條紋可愛狗頭T ▼材質 - 彈性棉 ▼黑 / 白 ▼規格 - 胸寬62 肩寬39 袖口寬17 全長 (前)52(後)60 下擺寬47 ...	NT350 NT280 含稅價 NT280	加入購物車 <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 加入商品備忘<input type="checkbox"/> 加入商品比較
	帥性個性骷髏頭 ...	NT290 NT280 含稅價 NT280	加入購物車 <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 加入商品備忘<input type="checkbox"/> 加入商品比較
	真皮素色多層皮夾 ...	NT590 NT600 含稅價 NT600	加入購物車 <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 加入商品備忘<input type="checkbox"/> 加入商品比較
	繽紛色真皮隨身包包 橘 / 桃紅 / 咖啡 ...	NT790 NT700 含稅價 NT700	加入購物車 <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 加入商品備忘<input type="checkbox"/> 加入商品比較
	鉚釘國旗軍風大衣 鉚釘國旗軍風大衣 -size F ...	NT890 NT790 含稅價 NT790	加入購物車 <ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 加入商品備忘<input type="checkbox"/> 加入商品比較

第1 ~ 5筆 (共5筆)

後臺管理介面

可新增商品、管理訂單和會員，可察看銷售紀錄點選紀錄，都有效於上線後的成果發表展示。

OpenCart | ADMINISTRATION 您已登入為 admin

管理首頁 商品管理 擴充模組 訂單與會員管理 系統管理 銷售統計報表 幫助 前往商店 登出系統

[首頁\(Home\)](#)

管理首頁(Dashboard)

統計(Overview)

銷售總額 (Total Sales)	NT920
全年銷售 (Total Sales This Year)	NT920
總訂單數 (Total Orders)	1
會員數量 (No. Of Customers)	1
待審核的會員數 (Customers Waiting Approval)	0
待批准的評論 (Reviews Awaiting Approval)	0
推薦會員數 (No. of Affiliates)	1
待批准的推薦會員申請 (Affiliates Awaiting Approval)	1

分析(Statistics)

選擇範圍(Select Range) 今日(Today)

圖例: 訂單數 (Total Orders), 會員數 (Total Customers)

日期選擇: 今日(Today), 本星期 (This Week), 本月份 (This Month), 本年度 (This Year)

最新10筆訂單(Latest 10 Orders)

訂單 ID(Order ID)	會員(Customer Name)	訂單狀態(Status)	購買日期(Date Added)	總計(Total)	動作(Action)
20	a test	Reversed	2013/06/10	NT920	[查看[View]]