



致理科技大學

資訊管理系專題報告

手作之饗

Gourmand Istore

專題生：(60310173) 潘建名
(60310176) 方義德
(60310131) 黃秋蓉
(60310182) 江昱芸
(60310108) 林怡君
(60310148) 詹宜君

指導教授： 陳光澄 老師

中華民國 106 年 05 月

致理科技大學

專題報告審核書

本校 資訊管理 系（所）班 潘建名(60310173)、

方義德(60310176)、黃秋蓉(60310131)、江昱芸

(60310182)、林怡君(60310108)、詹宜君(60310148)

等君所提論文手作之饗 Gourmand Istore

經本委員會審定通過，特此證明。

口試委員會

理

致

委員：

指導教授：

系主任：

中華民國一〇六年六月

致理科技大學

授權書

本授權書所授權之專題報告在致理科技大學

105 學年度第 2 學期所撰寫。

專題名稱：手作之饗 Gourmand Istore

本人具有著作財產權之論文或專題提要，授予致理科技大學，得重製成電子資料檔後收錄於該單位之網路，並與台灣學術網路及科技網路連線，得不限地域時間與次數以光碟或紙本重製發行。

本人具有著作財產權之論文或專題全文資料，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，不限時間與地域，惟每人以一份為限。並可為該圖書館館藏之一。

本論文或專題因涉及專利等智慧財產權之申請，請將本論文或專題全文延至民國 年 月 日後再公開。

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，本人同意視同授權)

同意 不同意

學生簽名：

指導老師姓名：

中華民國 106 年 7 月 21 日

摘要

專題報告名稱： 手作之饗 Gourmand Istore—網路行銷

頁數：110

校系別：致理科技大學資訊管理系

完成時間：105 學年度第 2 學期

專題生：潘建名 60310173

方義德 60310176

黃秋蓉 60310131

江昱芸 60310182

林怡君 60310108

詹宜君 60310148

指導教授：陳光澄 博士

關鍵詞:網路行銷、手作食品、商城、手作之饗、手作、零食、挑嘴松鼠、堅果、花田喜、爆米花、松益茶行、烏龍茶、伴手禮、送禮、多口味爆米花

近年來，許多企業都跟隨科技的腳步，邁向企業電子化，透過網際網路進行行銷或是與使用者互動。隨著網路社群崛起，企業也投入了網路社群的懷抱，社群行銷成了新一代的行銷利器。網路社群中以 Facebook 最為受到關注，許多企業看準了 Facebook 的高人氣，也開始投注心力積極經營其 Facebook 上的粉絲團，希望藉此平台創造更多收益。

本研究主要是為了解網路社群功能、網路行銷科技以及社群行銷科技之間的相關性，以有使用 Facebook 的使用者為本研究的主要對象，並採用便利抽樣及問卷調查方式。本研究結果發現，網路社群功能、網路行銷科技以及社群行銷科技之間有顯著相關意即企業可利用網路社群功能來進行網路行銷進而達到實質效果，所以我們建議未來企業在進行社群行銷時可善加利用網路社群的功能以創造更大的利益。

手作之饗這個平台意味者手工製作美食，我們嚴選健康美食及食物的美好，在製作時食品添加物用量需合法，但其實要找良心店家做出符合安全衛生的食品，要注意的層面非常多，最重要還是以食的安心為目標，因為有好的把關才放心,推薦給親朋好友食用。

平台上目前有堅果和爆米花及茶葉，於 Facebook 與官方網站上推廣，定期的推出促銷與活動，設計問卷研究消費者心理，使用廣告...等等，欲利用不同的行銷手法，將**手作之饗**曝光度增加，而我們也在短短時間內銷售金額達到新台幣 42,000，現在這類形的平台已經越來越多，未來希望接觸更多的廠商，用更多元的推廣方式，試著創造新的商業模式。

ABSTRACT

Thesis Title : Gourmand Istore – Internet Marketing

Pages : 110

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : April, 2016

Degree : Master

Graduate Student : Pan,Chien-Ming (6031017)

Fang, Yi-De (60310176)

Huang, Ciou-Roung (60310131)

Chiang, Yu-Yun (60310182)

Lin, Yi-chun (60310108)

Zhan, Yi-Jun (60310148)

Researcher : Chen, Gaung-Cheng Doctor

Keywords : marketing · food · shopping malls · hand-made gluttonous · hand-made · snacks · pick mouth squirrels · nuts · flowers Tianxi · popcorn · pine tea line · Oolong tea · with hand ceremony · gifts · multi-flavored popcorn

In recent years, many companies have followed the pace of technology, electronic e-business, marketing through the Internet or interact with the user. With the rise of the network community, enterprises have also put the embrace of the network community, community marketing has become a new generation of marketing tool. Internet community to Facebook is the most attention, many companies spotted the high popularity of Facebook, also began to bet on the active management of its fans on Facebook, hoping to take this platform to create more revenue.

This study is aimed at understanding the relevance of online community functions, online marketing techniques, and community marketing techniques, with the use of Facebook-based user-focused research and the use of convenience sampling and questionnaires. The results of this study show that there is a significant correlation between online community function, online marketing technology, and community marketing technology, which means that enterprises can use the online community function to carry out online marketing and achieve substantial results. Therefore, we propose that future enterprises Community marketing can make use of the functionality of the online community to create greater benefits.

Gourmand Istore, we carefully selected healthy food and food in the production of food additives in the production of the amount of law should be legitimate, but in fact to find a conscience store to make food in line with safety and health, to pay attention to the level Very much, the most important thing is to eat the peace of mind as the goal, because there is a good check to be assured, recommended to friends and family to eat.

Platform currently there are nuts and popcorn and tea, on Facebook and the official website to promote the regular launch of the promotion and activities, the design questionnaire to study consumer psychology, the use of advertising ... and so on, want to use different marketing techniques, hand We are also in a short period of time the amount of sales reached NT \$ 42,000, and now Gourmand Istore has been more and more, the future hope to contact more manufacturers, with more dollars to promote the way, Try to create a new business model.

誌謝

對於進修部同學而言，白天上班、晚上上課，少有時間能接觸課程之外的學術範圍，感謝這次學校安排的專題報告，讓我們了解近期最熱門最流行的網路行銷，讓我們體會到團隊的重要性。

途中的挫敗，我們歷歷在目，毫無經驗的我們，一路跌跌撞撞，商品銷售不理想、組員們的溝通，令我們得到許多寶貴的省思。原來，「創業不是有錢就會成功」。過程艱難，我們依舊一步一步克服不理想的困難，成績並不顯目，途中所學到的是不可衡量的經驗，使我們明白：『讀萬里書不如行萬里路』的道理。對於這廣大的知識領域，太過渺小的我們，我們還有太多太多的知識缺乏的事物，需要去學習、需要去嘗試。相信未來會感謝如今努力付出過的我們，也感謝曾經幫助我們的你們。

感謝我們的指導老師陳光澄老師的幫助，雖然網路行銷不在陳光澄老師專業領域，老師不時提供我們許多的意見與經驗，督促並提醒前人所會犯的錯誤，本小組全體組員特別的感謝，謹致上最高的敬意及謝意。

最後要感謝是我們手作之饜網路行銷小組組員，潘建名、方義德、黃秋蓉、詹宜君、江昱芸、林怡君，在這一年謝謝大家共同努力所完成的這份專題，過程中大家互相的激勵，互相的成長，所以才能夠完成這份專題。

潘建名、方義德、黃秋蓉、詹宜君、江昱芸、林怡君 謹致
致理科技大學 資訊管理系學士班

中華民國 106 年 6 月

目錄

誌謝.....	iii
目錄.....	iv
圖目錄.....	vi
表目錄.....	viii
第壹章 緒論	
第一節 研究背景.....	1
第二節 研究動機.....	1
第三節 研究目的.....	1
第貳章 相關文獻探討	
第一節 網路行銷的定義.....	2
第二節 網路行銷的特性.....	3
第三節 網路行銷 8P.....	4
第四節 網路行銷與傳統行銷的差異.....	6
第五節 網路行銷的運作方式.....	7
第六節 社群行銷.....	7
第七節 臉書的粉絲專頁.....	8
第八節 搜尋引擎行銷定義？.....	9
第九節 搜尋引擎行銷組成方式.....	10
第十節 搜尋引擎優化組成構面與作業流程.....	11
第十一節 購買意願.....	12
第參章 研究方法	
第一節 研究方法與流程.....	15
第二節 研究過程.....	16
一、市場定位.....	16
二、招商作業.....	18
三、網站建置.....	19
四、網路行銷.....	20
五、推廣活動.....	25
第肆章 研究結果	
第一節 調查研究法.....	30
第二節 觀察研究法.....	37
第伍章 結論	
第一節 研究結論.....	42
第二節 研究限制與未來建議.....	45
參考文獻.....	46

附錄

附錄一. 協力廠商概述.....	48
附錄二. 合作備忘錄.....	51
附錄三. 消費者訂購單.....	53
附錄四. 協力廠商訂購單.....	55
附錄五. 問卷設計.....	56
附錄六. 畢業專題 系統操作手冊	
1. 【專題執行計畫表】.....	60
2. 【甘特圖】.....	64
3. 【WBS 圖】.....	66
4. 【專題成員表】.....	67
5. 【專題工作分配表】.....	68
6. 【廠商訪談計畫表】.....	69
7. 【廠商訪談紀錄表】.....	70
8. 【消費者操作流程圖】.....	71
9. 【物流金流作業流程圖】.....	72
10. 【活動海報】.....	73
11. 【開發系統工具清單】.....	77
12. 【網站架構】.....	78
13. 【網站藍圖】.....	79
14. 【網站實際畫面】.....	83
15. 【測試計劃】.....	89
16. 【消費者交易紀錄】.....	90
17. 【廠商下單紀錄】.....	91
18. 【損益表】.....	95
19. 【會議記錄】.....	99
20. 【執行過程花絮】.....	107

圖目錄

圖 2-1	新 8P 行銷組合.....	5
圖 2-2	網路行銷的運作模式圖.....	7
圖 3-1	研究流程圖.....	15
圖 3-2	網站架構圖.....	19
圖 3-3	圖文搭配.....	20
圖 3-4	FB 抽獎活動圖.....	20
圖 3-5	FB 文章總覽圖.....	21
圖 3-6	FB 廣告成效圖.....	22
圖 3-7	網站標題.....	23
圖 3-8	網站關鍵字.....	23
圖 3-9	網站網址.....	23
圖 3-10	網頁中的網頁.....	24
圖 3-11	多裝置瀏覽.....	24
圖 3-12	堅果促銷文案圖片.....	25
圖 3-13	爆米花促銷文案圖片.....	26
圖 3-14	茶包促銷文案圖片.....	27
圖 3-15	FB 抽獎活動文案圖片.....	28
圖 4-1	堅果試吃問卷年齡分析圖.....	31
圖 4-2	堅果試吃問卷職業分析圖.....	31
圖 4-3	堅果試吃滿意度分析圖.....	32
圖 4-4	堅果試吃購買意願分析圖.....	32
圖 4-5	爆米花試吃問卷年齡分析圖.....	33
圖 4-6	爆米花試吃問卷職業分析圖.....	33
圖 4-7	爆米花試吃滿意度分析圖.....	34
圖 4-8	爆米花試吃購買意願分析圖.....	34
圖 4-9	堅果與爆米花試吃問卷的年齡總分析圖.....	35
圖 4-10	堅果與爆米花試吃問卷職業總分析圖.....	35
圖 4-11	群眾網購食品的習慣分析圖.....	36
圖 4-12	群眾對於網購食品的想法分析圖.....	36
圖 4-13	群眾對陌生食品的網購分析圖.....	36
圖 4-14	堅果消費者性別分析圖.....	37
圖 4-15	堅果消費者口味分析圖.....	37
圖 4-16	爆米花消費者性別分析圖.....	38
圖 4-17	爆米花消費者口味分析圖.....	38

圖 4-18	訂單來源(校內校外)圖.....	39
圖 4-19	訂單來源(線上線下)圖.....	39
圖 4-20	FB 粉絲性別年齡分佈圖.....	40
圖 4-21	FB 粉絲上線時間分佈圖.....	40
圖 4-22	FB 粉專觸及總覽圖.....	41
圖 4-23	FB 粉專按讚總覽圖.....	41



表目錄

表 2-1. 網路行銷的定義.....	2
表 2-2. 網路行銷 8P.....	4
表 2-3. 網路行銷與傳統行銷.....	6
表 3-1. SWOT 分析.....	16
表 3-2. 網路行銷 8P 分析.....	17
表 3-3. 協力廠商列表.....	18



第壹章 緒論

第一節 研究背景

網際網路自西元 1991 年開放商業應用之後(註一)，它的發展速度日行千里，不僅俱備強大的網絡連結，更有豐富的資訊資源，近年更因社群平臺的進步，而強化了網路互動溝通的能力，發生了這樣的轉變，間接的改變人與人之間互動的方式和商業交易的模式，無形中漸漸的讓網際網路成了「資訊媒體」、「行銷通路」，更成為了「銷售市場」，從而帶來了無限的商機。

隨著時代的變遷與電子商務蓬勃發展，現在時下年輕族群的消費行為已不同於以往逛街購買商品的傳統消費模式，而是能夠不受時地限制的使用手機或電腦，在網路上直接搜尋、瀏覽有興趣的商品，若發現合意的商品，就能夠立即購買的行為模式。而越來越多的店家為了因應這種消費模式的轉變，無不積極建置自己的網站和社群平臺來行銷品牌或商品，以求能獲得消費者的青睞，擴增自己的利潤營收。

我們根據現任達摩媒體執行長的許景泰分析，根據實務上所見，大多數網路開店業者無法存活，至於真正賺錢的賣家，每二十家才有一家，機率僅有 5%(註二)。然而，這到底是什麼原因造成的結果呢？是網站的經營管理不當？還是網路行銷策略訂定錯誤所造成？還是還有其他...原因呢？這實在是值得我們詳加研究探討的問題。

第二節 研究動機

網際網路技術的發展，讓消費者的消費模式朝向多樣化發展，導致網際網路所提供的市場徹底改革了傳統的行銷手法及模式，但是那麼多的商家企業都在進行網路行銷與網站優化，為什麼真正能獲利的卻不多？本研究的動機在實際操作網路商城來探討網路行銷與網站優化。

第三節 研究目的

網路行銷已經成為了一種趨勢，但要如何成功的應用才是我們這次研究所要探討的。因此我們想要以「手作之饗」這個商城實際經營的過程與經歷，來探討以下兩點：

1. 探討網路行銷、網站優化、Facebook 社群行銷之關係。
2. 探討運用網站優化與 Facebook 社群行銷的成功方法。

第貳章 相關文獻探討

第一節 網路行銷的定義

網路行銷 (On-line Marketing 或 E-Marketing) 就是以網際網路為基礎，利用數位化的資訊和網路媒體的互動性來輔助行銷目標實現的一種新型的市場行銷方式。簡單的說，網路行銷就是以網際網路為主要手段進行的，為達到一定行銷目的的行銷活動。

表 2-1 網路行銷的定義

年代	學者	網路行銷之定
1994	Nisenholtz and Martin	網路行銷是企業運用網際網路進行廣告活動，並且配合電子信箱從事企業與顧客之間的雙向溝通。
1995	Janal	將網路行銷(internet marketing)定義為「對於使用網路及商業線上服務的使用者進行產品銷售及服務，並配合公司的整體行銷企劃，吸引顧客利用網路獲取資訊及購買產品」。
1996	夏心華	網路行銷乃指任何透過電子網路形式，在資訊高速公路上銷售或促銷之行為。
1997	Hodges	網路行銷是企業將產品介紹與服務的項目一一陳列於網頁中(homepage)，讓消費者主動蒐集資訊的過程。
2000	Hanson	若從企業是否具備行銷(速度、客製化)、技術與經濟等網際網路行銷三個要件來定義，網路行銷應是只對那些使用網路來取得數位商品的個體所進行的行銷活動。
2000	蔡泰生	網路行銷是由行銷觀念、科技與經濟三個方面共同產生的。
2002	王志仟	網路行銷是借助網路、通信和數位交換技術來實現行銷目標的一種市場行銷行為。
2006	陳瑞陽	網路行銷是在網路的基礎環境下，企劃並執行市場行銷的活動作業。

資料來源：台灣科技大學電子商務研究中心

第二節 網路行銷的特性

一、 即時性資訊的傳遞

網路最大的特色就是打破了空間與時間的藩籬，所以當行銷活動應用於網路上，可以有效提高行銷範圍與加速資訊的流通。

二、 豐富的視訊資訊

因為網路的資訊傳播方式可以不同的形式呈現，對於行銷活動的推廣更富彈性，更能以不同的方式滿足消費者的視覺。

三、 消費者主導

傳統的媒體都是由廣告主主導行銷的活動，消費者只能是接受的一方，而網路因為有互動的效果在，所以消費者有了主導權，消費者可依個人的喜好選擇各項行銷活動，而廣告主也可針對不同的消費者，提供個人化的廣告服務，進而提升行銷效果

四、 買賣雙方可以互動

所謂雙方互動，是指藉由線上留言板、討論區或電子郵件等方式，讓客戶留下訊息，企業可從中瞭解顧客的需求，消費者的疑問也可獲得解答，這樣的立即回應，無形中拉近買賣雙方的距離，服務品質也因而提升。

五、 全球化

因為網路無遠弗屆，所以範圍不再只是特定的地區或社團，而遍及全球，對於企業主而言，建置一個多國語言的網站，就能很快速的做全球化的行銷，因為有了網路的全球化管道。

六、 降低交易成本

因全球化的結果，降低了交易成本，例如以前要貿易商幫忙仲介，如今只要上網，就可找到製造產品的公司，省去仲介的費用，再者透過網路所獲取的資訊，把資料分類後，就能適時提供消費者想要的資料給，更提高了行銷活動的效益。

第三節 網路行銷組合 8P

根據台灣科技大學電子商務研究中心歸納而成的網路行銷 8P，除了原有的行銷組合 4P（產品、價格、促銷、通路）之外，還增加了新的 4P：市場區隔、付款、個性化、推播與拉播。

表 2-2 網路行銷組合

<p>產品 (Product)</p>	<p>適合在網路上銷售的服務或產品應具有全球性、獨特性，Ward Hanson 認為網路上所銷售的商品可分為四種類別 (引自樂斌，2003)：</p> <p>(1)數位化資訊產品 (digital information goods) 是以電子化來傳遞的資訊產品，如機票、研究報告。</p> <p>(2)數位化娛樂產品 (digital entertainment goods) 是數位化影音產品，如下載的電影、音樂。</p> <p>(3)耐久產品 (hard goods) 是在線上訂購及支付費用的有形產品，如書籍、服飾、CD。</p> <p>(4)非耐久品 (perishables) 是很快對不堪使用、易腐品、食品。</p>
<p>價格 (Price)</p>	<p>使用網路可以不透過中間商而直接銷售給消費者，因此消費者可以購得較便宜的產品或服務。故企業在進行網路行銷商品的訂定價格，通常採取四項策略：免費策略、低價策略、競價策略、多樣化。</p>
<p>促銷 (Promotion)</p>	<p>網路上的促銷活動，是提供顧客價值，進而吸引顧客重複參訪企業網站。網路媒體的雙向互動特性，可以發展「客製化」的促銷方式，依據消費者的不同需求而給予不同訊息。</p>
<p>通路 (Place)</p>	<p>網路行銷的通路包含了資訊傳播的通路、購物付款的通路、交易的配送通路等（資訊流、金流、物流等）。透過一對一的互動方式與成本低廉的特性，瞭解個別顧客的需求，以有效率的解決方案與顧客維持長久且良好的互動關係。</p>

<p>市場區隔 (Precision)</p>	<p>在網路行銷裡，網站經營必預根據網友的族群特性做市場區隔，目標群體的選擇，是為了確認出最佳獲利的方向。基本上它除了可依據人口組成、地理位置、生活習慣等因素做區隔外，還可以利用商品屬性、播放時段、瀏覽器類別等來做市場區隔。</p>
<p>付款 (Payment)</p>	<p>網路付款也討是電子商務中所謂的金流部分。網路交易的最大特色討是方便與迅速，因此消費者在網路購物時，提供便捷又安全的付款機制，亦是網路行銷的重要關鍵。目前在網路交易中最普遍的付款方式仍為信用卡，其他還有電子現金、電子錢包、網路 ATM 等付款方式。</p>
<p>個性化 (Personalize)</p>	<p>建立個性化的網站有助於企業網站的發展，決定網站特色的因素有：內容風格、網頁設計、交易機制等。</p>
<p>拉播與推播 (Pull&Push)</p>	<p>「推播」(Push) 是將資訊主動透過網路傳遞給目標族群的方法；「拉播」(Pull) 則是由消費者主動搜尋資訊來源，接收產品行銷資訊。在網路行銷中，推播策略為增加使用者的滿意度，而拉播策略為吸引並增加顧客再次光臨的次數。</p>

資料來源：台灣科技大學電子商務研究中心

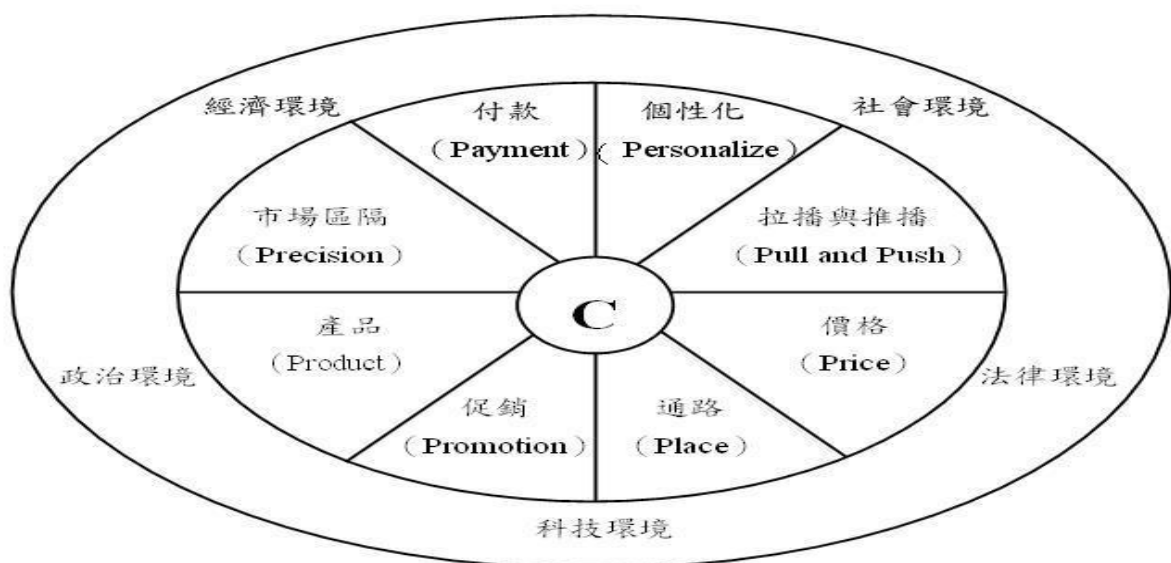


圖 2-1 新 8P 行銷組合

資料來源：台灣科技大學電子商務研究中心 (2003)

第四節 網路行銷與傳統行銷的差異

一、溝通互動方式

傳統的行銷方式是直接通過給人們商品的資訊來進行銷售和服務的。而互聯網給我們的是一個更加廣闊的資訊空間，通過互聯網，能夠將資訊瞭解的更加全面。比如說我們可以通過資訊的篩選，將符合自己心儀的商品全部瞭解一遍，再比如我們可以進行對家商鋪的比較，不論是價格還是評價，這只是多開幾個視窗的事情。所以網上行銷通過互聯網這個途徑使得信息量大增，資訊傳遞更加高效。

二、鎖定客群方式

作為經營者，進入我們店鋪的人，我們不能排除有人只是去看熱鬧，不會成為我們的顧客。但是在網上，如果瀏覽了我們的網頁，就說明他對我們的商品感興趣，有購買的可能性。因為沒有人回去流覽自己不感興趣的網頁，這畢竟不是實際中的逛街。所以說，這樣一來，我們就能很快鎖定我們的顧客目標，這樣就能集中火力，成功讓這些人成為我們的客戶。

三、空間差異

網路行銷成功將傳統行銷的距離縮短。就傳統行銷來講，身在台灣的我們不可能買到來自歐洲的商品。但是通過網路，這一距離因素卻不在是困擾我們的障礙了。遠在天涯也能變為咫尺。可以這麼說，如果你想買的是國外的東西，那麼你需要動的也只是滑鼠而已。

四、時間差異

傳統的行銷，即使時間再長也很難 24 小時都經營。但是網路行銷不一樣，即使不能 24 小時都發貨，或者說經營者都線上，但是顧客光顧商店卻是 24 小時都可以的。

表 2-3 網路行銷與傳統行銷

傳統行銷	網路行銷
費時，花費大，印刷郵遞成本高	即時，花費小，數位式目錄成本低
單向，客戶被動接受	雙向互動式，客戶主動選取
大型市場，一般大眾	小型市場，高水準消費族群
不方便，時效有限制	方便，24 小時全年無休
反應速度慢	反應速度快
資訊流通範圍小(區域性)	資訊流通範圍廣(世界性)
感性的，說服力大於資訊提供	理性的，資訊提供大於說服力

資料來源: 台灣科技大學電子商務研究中心

第五節 網路行銷的運作方式

(趙滿鈴, 2006) 以常見的網路行銷工具，從「消費者」、「網路媒體」、「會員管理系統」、「製造商/品牌經營」的四個層次描繪出了網路行銷的運作模式，如下圖 2-2：

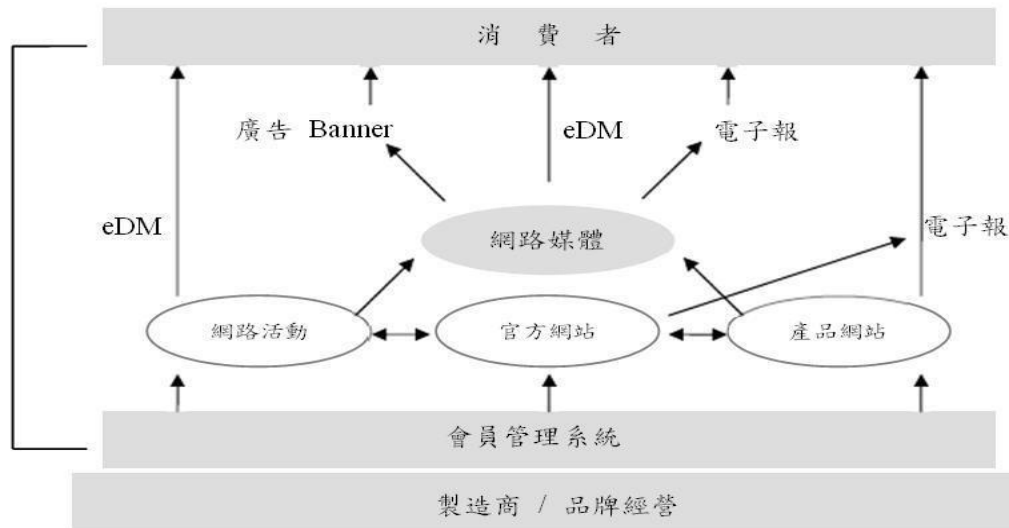


圖 2-2 網路行銷的運作模式

資料來源：趙滿鈴(2006)

第六節 社群行銷

國內知名網路行銷與趨勢知識工作者孫傳雄 (2009) 提出社群行銷 (Social Media Marketing) 的定義是個人或群體透過群聚網友的網路服務，來與目標顧客群創造長期溝通管道的社會化過程。

社群行銷的核心是朋友與粉絲的概念，當使用者與網友成為朋友或粉絲時，它不再只是一個看完就忘的連結，而是能持續地透過彼此正向的溝通，藉以維繫線上係，因此他們會持續地接收到使用者所發布的訊息這也是在增加這些朋友或粉絲對企業的品牌或產品忠誠度。

粉絲視窗是 Facebook 在推廣粉絲專頁的一項利器，企業可以在自己的官網或部落格設置一個像是小型粉絲專頁的程式，透過此程式可以呈現其社群成員數以及塗鴉牆的各項訊息。當使用者瀏覽到企業的網頁或部落格時，便可以透過這個工具來加入並成為企業的粉絲 (孫傳雄, 2009)。

第七節 臉書的粉絲專頁

在 Facebook 的各項功能中，以在 2007 年推出的粉絲專頁最具有發展商業的潛力，根據 Facebook 自身的定義，粉絲專頁 (Fan page) 是一個公開的個人檔案，可以與其他 Facebook 用戶分享企業本身的動態以及產品的相關訊息。

粉絲專頁除了有助於企業在 Facebook 上經營自身品牌、產品或服務；對於公眾人物管理粉絲也有幫助，透過社群網站實際與社群成員互動，不僅可有效提升自身之能見度，也可得到最真實且迅速的回饋。

在 Facebook 建立粉絲專頁的類型共有三種：

1. 地區性服務
2. 品牌、產品或機構
3. 藝人、樂團，或公眾名流（董彥欣，2010）。

孫傳雄 (2009) 也認為粉絲專頁的建立，一方面可以以社群概念為基礎發展，擴大企業、品牌或產品的網路社群規模，另一方面也能吸引一般網路使用者的注意，且認為粉絲專頁有下列幾項特點：

1. 會員人數多、網路黏度強：Facebook 目前在台灣會員人數已超過 970 萬人，且在許多熱門小遊戲的加溫下，其獨特的遊戲特質也增加了會員在 Facebook 上的時間與頻率，讓使用者對 Facebook 的黏度增強。
2. 塗鴉牆功能日漸成熟與方便：早期塗鴉牆的功能僅限於顯示會員的各種動態消息，但現在不僅是具有微網誌的功能，也陸續加入了討論串、好友或粉絲的貼文等功能，即時的訊息回應，對於企業在經營社群上更有實質的幫助。
3. 粉絲專頁以商業為導向，對網路整合行銷有極大之效益：粉絲專頁除了塗鴉牆的功能外更包括了相簿、影片、網誌、轉貼連結與討論區等功能，更重要的是它支援 Facebook 的開放程式介面 (application programming interface, API) 之開發。換句話說，企業可依自身需求開發出許多客製化的行銷活動程式，提升社群成員對該品牌活動的參與度、互動性，在一個共同的行銷目標下，能依不同的社群規劃出不同的行銷執行計畫。

由上述可知，粉絲專頁的確對企業來說具有相當多的正面效益，由台灣目前的 Facebook 熱潮來看，在未來的發展情勢勢必會更加不容小看，隨著應用技術的成熟與面向多元化，粉絲專頁也會有更全面性的發展（董彥欣，2010）

第八節 搜尋引擎行銷定義？

搜尋引擎行銷 (Search Engine Marketing, 簡稱 SEM) 即是透過提升網站在搜尋結果的網站排名達到行銷的目的, 使用者自發性的行為, 有別於傳統的強迫曝光的橫幅廣告, 由於點閱率高加上每次點閱成本低, 是現在最受中小企業歡迎的網路行銷方式 (阿物國際事業, 2007)。

根據搜尋引擎行銷專業機構, SEM 的方法包括搜尋引擎優化、付費排名、以及付費收 (Sherman, 2006)。是一種以透過增加搜尋引擎結果頁(Search Engine Result Page, SERP) 能見度的方式來推銷網站的網路行銷模式, 其中自然搜尋的結果讓網站能夠出現在 SERP 較前面的位置, 就是需要進行搜尋引擎優化 (或稱搜尋引擎最佳化、搜尋引擎排名優化或搜尋引擎排名最佳化) (PCuSER 電腦人, 2009)。

搜尋引擎行銷是以對網路、網站、資訊檢索、文案編輯等專業的瞭解, 來設計、調整網站或網頁的內容結構, 以符合搜尋引擎友善性的原則 (吳澤欣, 2009)。儼然成為新興的網路行銷中最具潛力的殺手級應用, 透過短期精準行銷策略與長期網站經營發展, 全面提高網站於搜尋引擎的能見度, 達成增加網站流量的最終目標 (Asia SEO, 2006)。

第九節 搜尋引擎行銷組成方式

二十一世紀最重要的網路行銷方式—搜尋引擎行銷，透過搜尋引擎所產生的行銷活動，皆統稱為 SEM，常見搜尋引擎行銷有兩種。一種是點擊付費廣告(Paid PerClick；PPC)，用競標(bid)方式，向 Yahoo 或 Google 等入口網站購買關鍵字排名，藉由潛在客戶所搜尋的詞組中，達成精準的廣告宣傳；另一種是搜尋引擎優化 (Search Engine Optimization；SEO)，又稱為自然搜尋，經由優化自己網站關鍵字之方式，由搜尋引擎搜尋結果取得優先排名，結合搜尋引擎建構網站，深度剖析搜尋引擎優化的每個細節 (Binoy, 2005)。

本質上 PPC 及 SEO 皆是網站執行搜尋行銷時的成本，使用上卻有不同之處，將其兩種方式彙整如下，並歸納如表 2-2 所示：(阿物國際事業，2007；SEO & PPC 搜尋行銷，2008)

1. 點擊付費關鍵字廣告(PPC)

按每次點閱付費，全寫為 Paid-per-click Keyword Advertisement 或者 Paid-per-click Search Advertisement。著重短期的效益，諸如廣告主可設定促銷活動關鍵字或流行性的關鍵字並搭配合適的內容描述，以吸引搜尋者。由廠商或是關鍵字廣告代刊服務的顧問建議想要購買的關鍵字廣告提案，填寫網站內容敘述及標題等，透過競標的方式來決定每個關鍵字的網站排名與每次被點閱的費用，廠商可自行設定每日預算來控制成本，免去自行登錄操作時的不便。適合對象，例如：旅遊、房地產等行業，PPC 月花費高於 NT\$5 萬者。

2. 搜尋引擎優化(SEO)

與 PPC 關鍵字廣告最大的不同在於網站排名是出現在「自然搜尋結果」中，而非廣告。著重中、長期的效益，廣告主可將主產品線的關鍵字設為 SEO 的關鍵字，透過優化技術，優先排序在搜尋引擎的自然結果頁面，以吸引搜尋者。透過搜尋引擎搜尋邏輯的網站來達到提升網站排名，以搜尋引擎容易判讀的規則去設計，使之能容易搜尋到，網站的流量自然會提升。

第十節 搜尋引擎優化組成構面與作業流程

Google.com 佔全球一半以上的網際網路搜尋使用量，是大多數人透過搜尋引擎方式搜尋網站捷徑，而 Yahoo 亦相當受歡迎的搜尋網站。搜尋引擎採用複雜的演算法來排列搜尋結果，每一種搜尋引擎所採用演算法都略有差異且皆會定期調整演算法，要佔到好的頁面排名位置並非只是巧合。儘管如此，SEO 的基本原則仍適用於所有搜尋引擎，只要規劃得當，皆能提高網站的點閱率、增加網站人潮 (Komando, 2009)。

一、將以下彙整並歸納組成構面與作業流程步驟：

(Weideman& Kritzinger, 2003; Niche Ebook, 2009)

(一) 關鍵字鎖定—關鍵字與目標客群關聯分析 (Keyword Targeting)

關鍵字鎖定與選擇是 SEO 工作的起點，亦是決定效益重要的一步。關鍵字的鎖定牽涉相當廣泛，從關鍵字的難度、關鍵字屬性、到搜尋心理研究都有，所以關鍵字背後的消費心理分析，是相當複雜且有趣。針對產業別進行基本的蒐集服務項目與網站主推產品的相關資訊，進行分析後提出關鍵字建議的企劃書，謹慎挑選關鍵字且勿過度使用關鍵字 (裴瑞馬歇爾及布萊恩陶德, 2007)，並使用關鍵字建議工具、目標客群分析法、競爭對手分析等相關的方式或調閱伺服器記錄檔，推敲出搜尋使用者可能使用、輸入的關鍵字。針對個別關鍵字做效益的分析與預測，清楚知道這些關鍵字即將帶來的效益與行銷投資報酬率 (Return Of Marketing Investment)，絕不增添關鍵字而犧牲掉網站內容的品質(阿物國際事業, 2007)。

搜尋引擎優化網頁應該先從建立搜尋引擎關鍵字開始，搜尋引擎關鍵字應該放置在標題、描述、網頁和超連結文字上 (Fishkin& Pollard)。

1. 儘量將主要的搜尋引擎關鍵字放在標題(Title Tag)最前面。
2. 放在描述(Description)裡，但切忌避免添字。
3. 平均分攤在網頁內容裡，讓內容更有可讀性。
4. 出現在超連結的部分，有加分效果。

(二) 搜尋引擎友好—網站登錄與搜尋引擎登錄

網站登錄或稱為搜尋引擎提交/登錄，優質目錄網站登錄與連結等動作，分析網站對搜尋引擎的友善度，了解目前對搜尋引擎爬行的障礙與需要修正的部份，讓網站能夠符合搜尋引擎的爬行慣性，輕鬆地漫遊網站。

網頁自動尋檢程式會在網際網路上自動搜尋，然後更新搜尋引擎的網站資料庫。如果網站沒有自動出現，可以透過登錄服務或是自行至搜尋引擎網站或目錄登錄，以便納入索引，例如，Google、Yahoo、Blogarama、LS Blogs、Blog Catalo 等。

(三) 內容強化－網站內容優化

內容優化/優化，根據分析的完整資訊（目標關鍵字與網站結構調整），針對這些資訊對網站做進一步的優化動作，讓內容跟需要提升排名的關鍵字符合度更高，藉此讓搜尋引擎認為此關鍵字等於該網頁。將網站內容與對應的關鍵字做最恰當的融合，其中包含了 Title Tag、Meta Tag、Header Tag、Body Text、Alt Tag 等，如何根據 SEO 的需求，在內容上下功夫，彙整如下。

1. 豐富網站的內容

不同類型的網站，豐富內容的 SEO 策略不同，資訊內容必須要有大量的原創價值、符合效益、符合大眾或為消費者解決問題的資訊內容，將 SEO、人性化、及創意三者結合，才能產生豐富的及自然的內容（SEO&PPC 搜尋行銷，2008）。

2. 內容合理的編排

需要更精準的經驗實作，每個關鍵詞的主題內容皆是圍繞不同的主題，相對應的索引編排，較容易得到好的排名。

3. 原創內容增加策略

制定計劃，可以每週一篇或每天一篇原創內容，隨著時間的積累，網站排名亦會愈來愈好，這是一個累積與持續的過程。定期有主題的徵文活動，讓廣大網友來為網站豐富大量的原創內容，或訂閱(RSS)方便讀者閱覽、參與社交書籤網站(我得最愛)。

4. 連結建立

網站藉由各種方式獲得外部網站的連結建立方式很多，包含了：提交付費與免費目錄網站、交換連結、付費連結和創意連結等。搜尋引擎連結到該網站，有愈多網站連結到該網頁，網站排名就會愈高，但如果有名聲不佳的網站連結自己的網站，請要求他們移除該網站的連結(阿物國際事業，2007)。

內部連結：網站地圖（Site Map）利於 Spider 爬行，方便使用者使用，使用者習慣是作網頁時必須考量的一個重要因素，人性化的友善設計會留住使用者。果網頁的連結架構良好或是網頁的網站地圖有利於 Spider 瀏覽網頁並抓取資料。

外部連結：與相關性網頁互聯，不僅可以資訊交流，更會提高彼此的 PR 值。

5.分析與觀察

不斷的分析與觀察是絕對必要守則，持續追蹤鎖定的關鍵字排名問題、解決困境與了解搜尋引擎每次更新的重點與特性，這些都是 SEO 的日常工作。

在主要的搜尋引擎上輸入挑選的關鍵字，觀察排名位置，會意外發現許多相關的詞彙，測試結果通常會有波動，排名無時無刻在變動，需經常測試，以精確瞭解網站的排名，若發現有持續下滑的趨勢，就應該立即採取行動（SEO 關鍵字行銷，2008）。如果銷售一直無法成長，就需重新審視的網站內容與導覽設計。

6.網站數據分析

針對 SEO 執行的成效做效益分析。首先需了解執行前後的網站數據變化(訪客數的增加和訪客來源的比例變動，透過搜尋引擎了解訪客的造訪情況，網站整體轉換率的變動等)，對於數據的掌握度愈高，更能夠了解執行前後的變化。

以上這六個構面是 SEO 組成的元素，牽涉到的領域至少包含了具有程式開發、網站設計、視覺設計、文案、行銷、創意、研發、與採購，並兼備消費心理學、語意學、符號學等領域。透過數據的呈現，回饋到最初的關鍵字鎖定策略的正確性，當然也可進行關鍵字的調整，提升執行的效益。

第十一節 購買意願

購買意願是指全球資訊網使用者，對網路購物方案或購物網站提供的商品，願意購買的程度。顧客在一定的情況下對未來購買某種產品或品牌的意願，極可能變成未來的購買行動。因此，調查顧客的購買意願也是需求預測的一種可行途徑。本研究以衡量全球資訊網使用者，對網路購物方案或對購物網站提供商品的「喜好程度」、「值得採用程度」、「願意程度」等態度問項來衡量受測者的網路購物意願。

一、 資訊搜尋的種類與向度

在資訊搜尋的品質上，「搜尋」及「信用」是電子購物的利基點，因此凡是依視覺效果來評斷資訊品質，網路購物都佔有絕對優勢；然而科技所限，若是判斷資訊品質好壞是依照觸感、味覺、或是嗅覺，網路所能提供的資訊品質對不甚理想（Alba et al，1997）。

網路購物在資訊量的提供上，其擁有的大量資料庫資訊，可以根據消費者不同的需求，提供客製化資訊，且不必擔心銷售人員的素質良莠不齊。另外，資訊量的提供也反應在價格上，線上購物使得價格資訊蒐集成本下降，故消費者將變得更為價格敏感（Alba et al，1997）。

因此網路商店若能提供完整的產品資訊與介紹內容，相信必能滿足消費者對低搜尋成本下對資訊的需求，未來更能由尋求資訊的習慣轉為上網購物動機。

二、購物偏好理論

Eastlick 與 Feinberg 在研究消費者的型錄郵購之購買動機時，曾引用 Sheth 所提到的購物偏好理論來解釋消費者的型錄郵購買行為，所含概的動機層面。購物偏好理論認為：個人購物的決策受到兩類動屬性有關，例如：商店的便利性、商品多樣化、商品品質、商品價格與商店設施等。而非功能性動機則有：顧客對商店的認知、商店的促銷活動與商店的商譽等。此外消費者還受到文化及個人情緒，包括與他人互動、溝通的需求，愉快、有趣的購物經驗等因素的影響。機的影響，包括功能性動機與非功能性動機。功能性動機與商店購物方案的實體

網路購物模式的屬性特徵則從全球資訊網應用於商業上所衍生而來，其特性與傳統的商店購物方式比較則有許多的差異。然而型錄郵購與網路購物，同樣屬於無店舖購物的模式，所以也適合以購物偏好理論來推導消費者選擇網路購物的行為。例如：網路購物的便利性、電子商店推出商品的多元性、商品品質、商品價格與電子商店的設計等，也可以視為影響網路使用者選擇網路購物模式的功能性動機。

三、消費者的購買決策過程

購買行為在心理上是一種決策過程，消費者一旦有了需求，都會希望去滿足它，在滿足需求的動機驅使下，消費者會依據本身的經驗與外在的環境去搜尋有關的資訊，當資訊到達相當的累積後，消費者則開始去評估與考慮，經過了比較和判斷，於是消費者決定購買某一商品。這即是消費者的「購買決策過程」。EKB 模式對消費者的購買行為，提出完整的看法。此模式包括四大部分：

1. 訊息的輸入，指外來的刺激，如行銷者所提供的網路購物模式。
2. 訊息處理，消費者透過暴露、注意、瞭解、接受與保存等處理階段，激發記憶形成情報與經驗。
3. 決策過程，經歷五個主要的階段，包括：
 - (1)問題確認 (Problem Recognition)
 - (2)資訊蒐集 (Information Search)
 - (3)選擇評估 (Alternative Evaluation)
 - (4)購買決策 (Purchase Decision)
 - (5)購買後行為 (Postpurchase Behavior)
4. 影響決策的變數，包括消費者個人的特性、環境因素與情境因素等，此為購買行為的限制因素。

第參章 研究方法

第一節 研究方法與流程

本研究主要欲瞭解如何成功的應用網路行銷這門創新行銷手法，並提出網路行銷成功可能的關鍵做法，因此我們藉由學校給予專題的機會，實際設立了一個專賣台灣手作食品的平臺，從確定主題、討論分工、期程、市場、招商、建置網站、FB 粉絲團、露天平臺、促銷、推廣，在這期間實施網路行銷的手法，並以調查研究法、觀察研究法分析這期間網路行銷的方法。

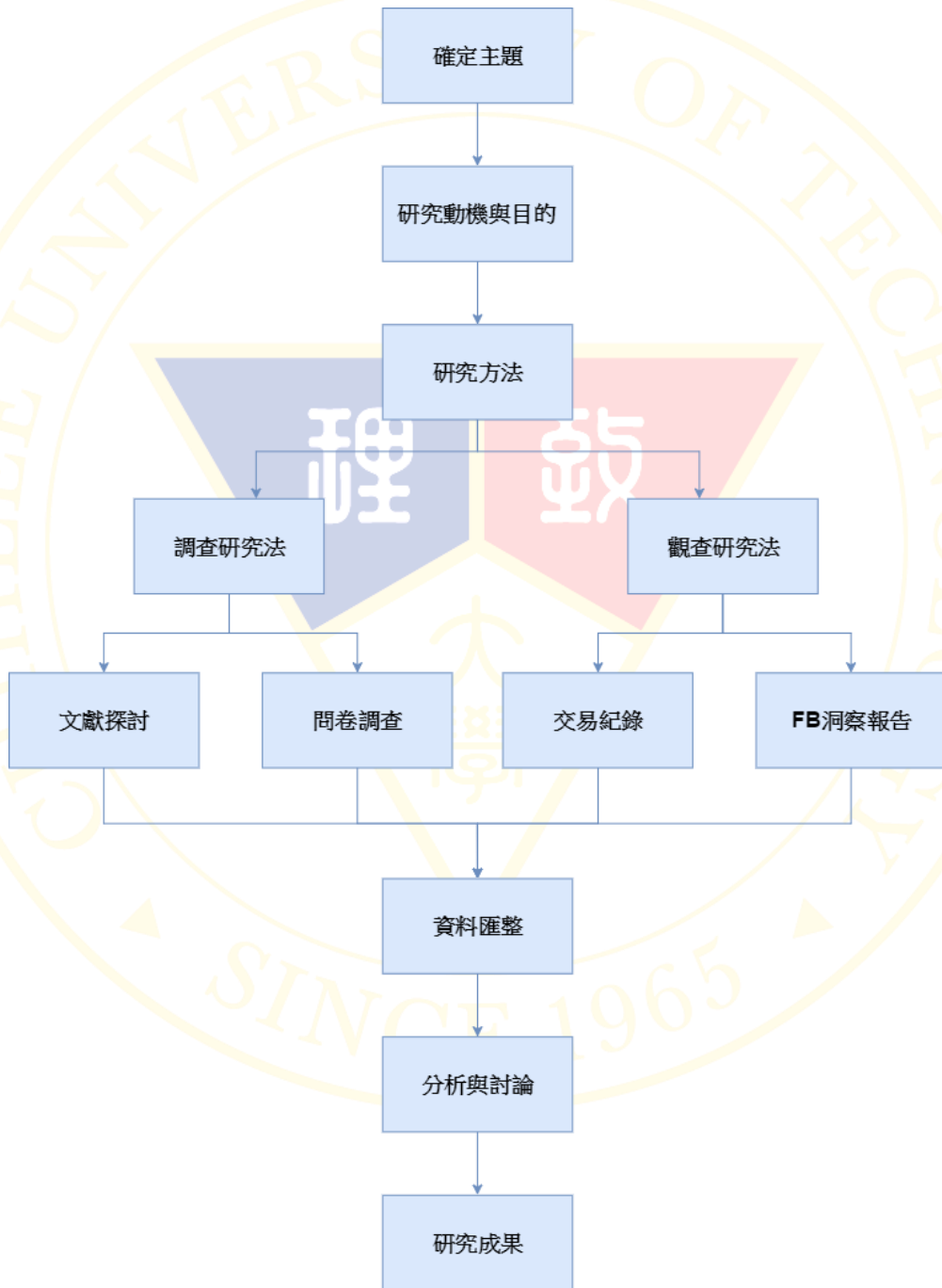


圖 3-2 研究流程圖

資料來源：本研究整理

第二節 研究過程

為了進行「網站行銷」這個專題的研究，我們在 105 年 12 月 14 日成立了「手作之饗」這個工作團隊並展開為期近三個月的籌備工作。這段期間，我們總共召開了 5 次籌備會議及多次的工作協調會並進行招商作業，經過大家共同的努力，終於讓我們的商品在 106 年 2 月 27 日正式上架試營運。現正持續利用課餘持續對外招商並不定期在校區、捷運站等人潮比較多的地方，辦理商品試吃活動及推出各式優惠專案吸引顧客，致力提升銷售業績達到校方所規定的營銷目標。以藉由商城實際的經營及網站行銷的實務作業，驗證探討運用網站優化與網路行銷的成功方法。以下列述我們實際作業的經過：

一、市場定位

為訂定我們的市場定位，我們進行 SWOT 與行銷組合 8P 分析，經討論後，我們決定將手作食品的這個平臺，客群暫定為學生與公司的團購為主。

表 3-1 SWOT 分析

S-內部優勢 (Strengths)	W-內部劣勢 (Weaknesses)
1.身分為學生，較容易與廠商談成 2.在校有老師、同學支援 3.人員規劃與美工能力強	1.人員招商經驗不足，商品數恐不多 2.人員實操網路行銷經驗不足
O-外部機會 (Opportunities)	T-外部威脅 (Threats)
1.線上無一個專賣手工食品的平臺 2.使用 FB 訊息機器人新技術 3.食品在網路上較好銷售 4.談妥進貨價偏低	1.大型購物網商品選擇性多

資料來源：本研究整理

表 3-2 網路行銷 8P 分析

8P 名稱	內容
產品 (Product)	產品為手作食品，定位為非耐久品
價格 (Price)	因我們的商品未來將不只一種品項，所以根據不同情況，我們將會採取以下策略：免費策略、低價策略、多樣化策略。
促銷 (Promotion)	每個月將會選不同的商品進行促銷，吸引顧客。
通路 (Place)	資訊流：將在官方網站、FB 粉絲專頁、露天平臺之間流動。 金 流：消費者購買採預購制，付費(付現或匯款)之後我們向廠商下單出貨。 物 流：我們給予廠商訂購人資訊，讓廠商直接出貨(快遞)至訂購人指定地址。
市場區隔 (Precision)	因商品為食品(甜食)為主，初判客群為 18~30 歲之女性學生、上班族。
付款 (Payment)	付款方式採用付現與匯款兩種方式。
個性化 (Personalize)	網站風格以溫暖為主，希望帶給消費者像是手作般的溫暖。
拉播與推播 (Pull&Push)	「推播」(Push)：透過官網、FB 粉專發佈商城之資訊。 「拉播」(Pull)：舉辦促銷活動吸引顧客購買。

資料來源：本研究整理

二、招商作業

在招商蒐集商品的方面，經過兩次會議，我們擬定了招商品項、協力廠商合作備忘錄、招商注意事項，製作招商 SOP。向協力廠商介紹手作之饗的由來，關於我們是學生專題，能夠讓協力廠商的商品的曝光增加，並介紹物流與金流的模式，主要是商家提供貨物，我們負責行銷推廣。

與協力廠商間需合作事項內容：

1. 手作之饗每週週末統計彙整前一週之訂單，並向協力廠商下訂單。
2. 協力廠商確認訂單內容、數量後，手作之饗會在報單隔日即將該週訂單貨款全數支付至協力廠商指定帳戶，並電話通知查驗。
3. 協力廠商於確認貨款到帳後，3 個工作天內出貨至手作之饗指定的地址並將出貨訊息告知手作之饗。
4. 消費者若有瑕疵退換貨之需求時，雙方同意於消費者收到之商品若有瑕疵退換貨之需求時，到貨日起算 7 日內完成退換貨申請，超過 7 日則不予退換貨。

表 3-3 協力廠商列表

合作廠商	合作起始日期	產品
挑嘴松鼠	106 年 1 月 20 日	原味綜合堅果 焦糖綜合堅果
花田喜	106 年 3 月 25 日	原味甜爆米花 巧克力爆米花 焦糖爆米花 蜂蜜芥茉爆米花 原味鹹爆米花 墨西哥辣味爆米花 巧達起司爆米花
松益茶行	106 年 3 月 25 日	蔗香烏龍茶

資料來源：本研究整理

三、網站建置

為了專題研究，我們建置了形象與資訊曝光的網站，並無關於商務方面的功能（會員系統、購物車系統、後台系統．．．等），因主要的商務行為還是在 FB 粉絲團進行，官網的購買按鍵與聯絡我們按鍵都會連結至 FB 粉絲團。

(一)、網站架構

網站頁面分成四個區塊：

1. 首頁：此頁面為產品與廠商的小圖與簡短的文字敘述。
2. 最新消息：此頁面為手作之饗的近期活動佈告區。
3. 商品簡介：此頁面為的廠商與商品的詳細介紹。
4. 關於我們：此頁面為團隊的源起、目標敘述及活動花絮照片。

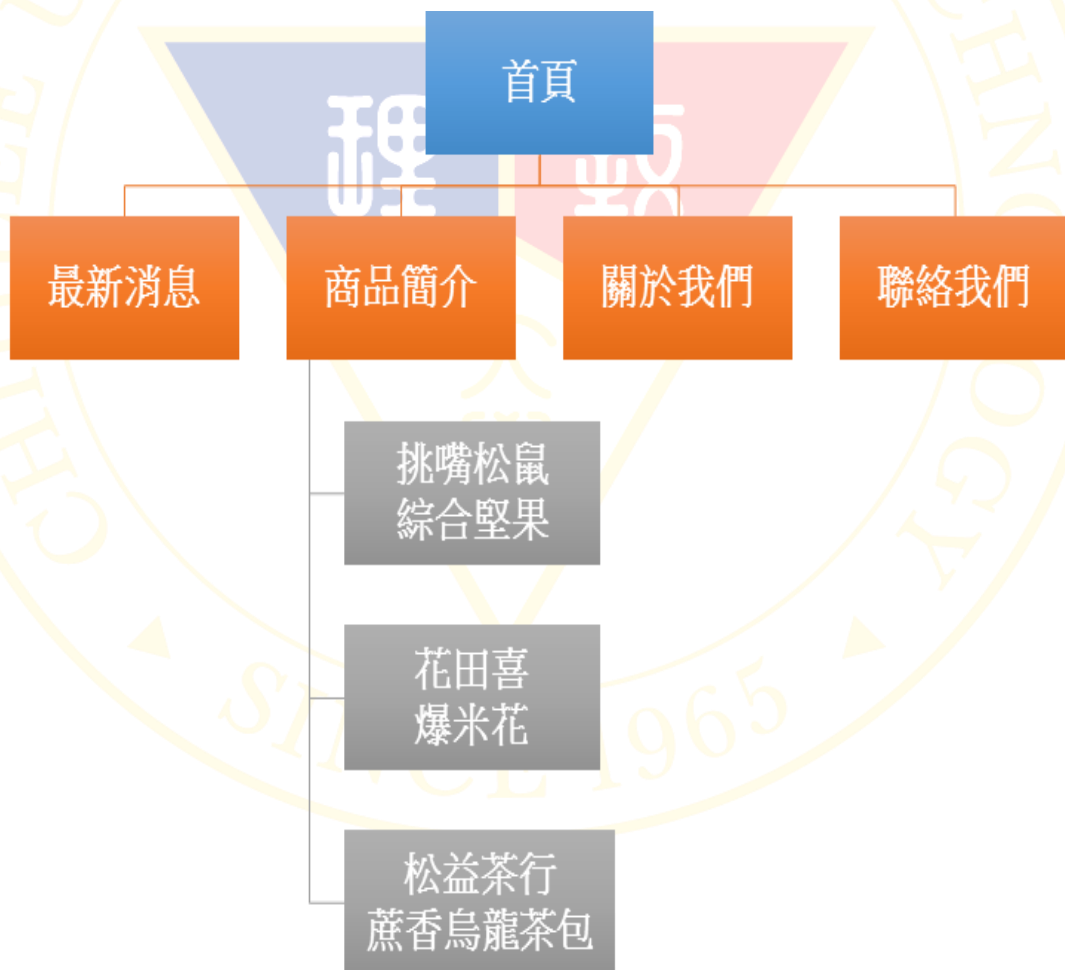


圖 3-2 網站架構
資料來源：本研究整理

四、網路行銷

在這次的專題研究我們主要利用 FB 粉絲專頁做為行銷工具，官方網站也使用 SEO 中的網站優化，下列是我們在 FB 社群與網站優化所做事項：

(一) FB 粉絲專頁

1. 發文的規劃

文章內容豐富，搭配圖片或影片發表。



圖 3-3 FB 圖文搭配

資料來源：本研究整理

2. 舉辦打折活動

舉辦抽獎活動，吸引人氣。



圖 3-4 FB 抽獎活動圖

資料來源：本研究整理

3.定期發表文章：

文章定期發表，頻率為一週三次。

4.時刻注意洞察報告：

每天觀查 FB 洞察報告的粉絲數據及貼文觸擊...等數據。

2017-4-28 14:30	 ❤️ 蘇香烏龍立體茶包友情價 \$249 ❤️ 南投縣名間鄉位於八			335		11 30		
2017-4-26 11:27	 📢📢📢 因廣受好評小編要來送優惠啦 好東西就要與最好的			1.7K		22 160		
2017-4-25 0:27	 🎬 這個月有許多的強檔電影🎬 看電影當然少不了爆米花🍿 #			356		13 48		
2017-4-18 9:32	 🍿 花田喜~爆米花試吃活動!! 這次是在校園內舉行試吃~			243		47 26		
2017-4-10 12:14	 🍿【花田喜創新包裝👍👍】 花田喜爆米花推出新包裝囉!!			183		42 23		
2017-4-5 19:51	 🍿 本商城近期推出新商品🍿🍿 花田喜爆米花🍿🍿 有別於			253		21 25		
2017-4-2 14:45	 🍵 小編又來報好康囉🍵🍵🍵 茶包是採用日本PET材			330		24 60		
2017-3-29 17:11	 🍵【追劇必備~花田喜爆米花🍵 嚴選日本原裝			323		26 80		
2017-3-28 21:26	 🍵❤️蘇香烏龍茶包上市了❤️🍵 以細心烘焙的功夫茶製作成三			1.6K		72 152		
2017-3-25 23:51	 🍵【新進商品】🍵🍵🍵 手作之饗 敬請期待!!			198		39 39		
2017-3-20 22:21	 🍵 手作之饗🍵 抽獎活動公佈啦🍵🍵🍵 三月我們要抽			254		26 27		
2017-3-13 1:31	 🍵 手作之饗🍵 抽獎活動 三月我們要抽三名得獎者🍵 獎			1.3K		109 220		
2017-3-7 14:25	 🍵 瘋狂熱銷中🍵 一次滿足您 健康養身及甜蜜幸福追求			841		74 94		
2017-3-5 0:11	 🍵 恭喜🍵 挑嘴松鼠~堅果試吃大成功!! 今天我們初			179		129 44		
2017-2-27 17:20	 🍵 手作之饗開賣囉~促銷中🍵 首次美食產品就是`挑嘴松鼠`			419		50 81		

圖 3-5 FB 文章總覽圖

資料來源：本研究整理

由圖 3-5 可以看出所有貼文的觸及人數、互動人數和廣告成效。

5.使用 FB 廣告

在 FB 社群平台，使用推廣文章之廣告。

手作之藝
由詹宜君發佈 [?] · 4月26日 ·

🌸🌸🌸因廣受好評小編要來送優惠啦
好東西就要與最好的你分享
❤️蘇香烏龍立體茶包❤�
友情價現在只要 \$249
歡慶母親節活動時間4/28~5/6
#特別推薦商品
#天然無添加的三角立體茶包
#熱包冷泡皆有一番獨特風味

1,749 觸及人數

160 心情、留言和分享

124 讚	64 在貼文上	60 在分享上
10 大心	1 在貼文上	9 在分享上
2 哇	0 在貼文上	2 在分享上
4 留言次數	4 出現在貼文上	0 出現在分享上
20 分享次數	18 出現在貼文上	2 出現在分享上

22 貼文點擊次數

8 相片瀏覽次數	0 連結點擊次數	14 其他點擊次數
----------	----------	-----------

負面意見

0 隱藏貼文	0 隱藏所有貼文
0 檢舉垃圾訊息	0 收回讚

加強推廣貼文

你的目標設定為居住在1個地點，年齡層為13 - 65+歲的男性與女性。
顯示完整摘要
此推廣將刊登2天。
這次推廣的總預算是NT\$100。
只有加強推廣這則貼文的人能夠進行編輯。

334 觸及人數 [?] 40 參與互動 NT\$99 總花費 [?]

集客力動作 | 用戶 | 國家/地區

相片點擊次數 2

桌面版動態消息 **行動版動態消息**

手作之藝 贊助 ·

🌸🌸🌸因廣受好評小編要來送優惠啦
好東西就要與最好的你分享
❤️蘇香烏龍立體茶包❤�
友情價現在只要 \$249..... 更多

友情價 \$249

圖 3-6 FB 廣告成效圖

資料來源：本研究整理

由圖 3-27 可以看出舉辦活動能帶來更多人觸擊。

(二)網站優化

1.建立獨特的網頁標題

網頁的標題有更改為「手作之饗」。



圖 3-7 網站標題

資料來源：本研究整理

2.建立網站關鍵字

建立關鍵字，讓人搜尋的時候能快速找到。

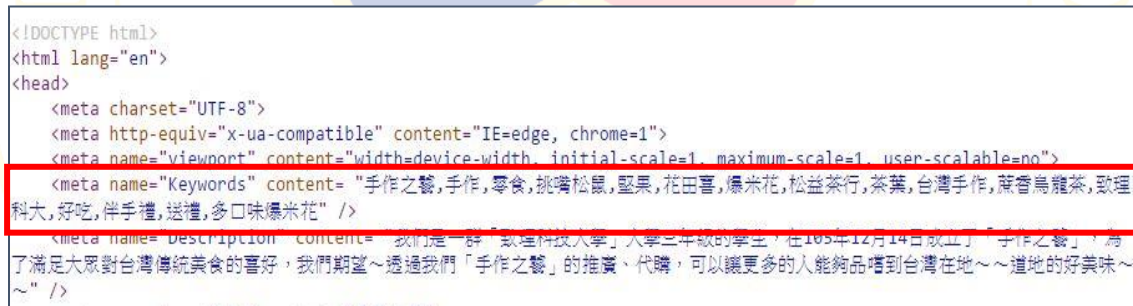


圖 3-8 網站關鍵字

資料來源：本研究整理

3.簡短易懂的網址

網址要容易記又好懂。

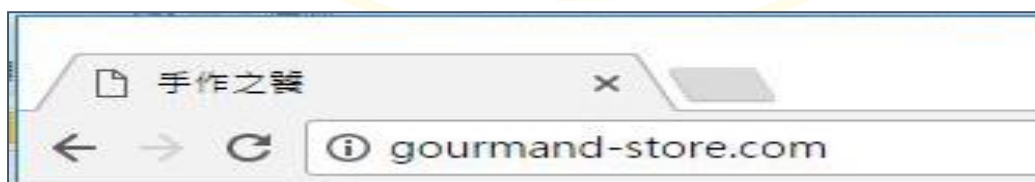


圖 3-8 網站網址

資料來源：本研究整理

4. 優質的網站內容

內容不抄襲，並且將廠商、產品內容、團隊故事詳細描寫。

5. 網頁中的網頁

額外聯結了 FB 的頁面，讓瀏覽者更快了解資訊。



圖 3-10 網頁中的網頁

資料來源：本研究整理

6. 多裝置瀏覽

能夠正常使用手機、平板、筆電等多裝置瀏覽網站。

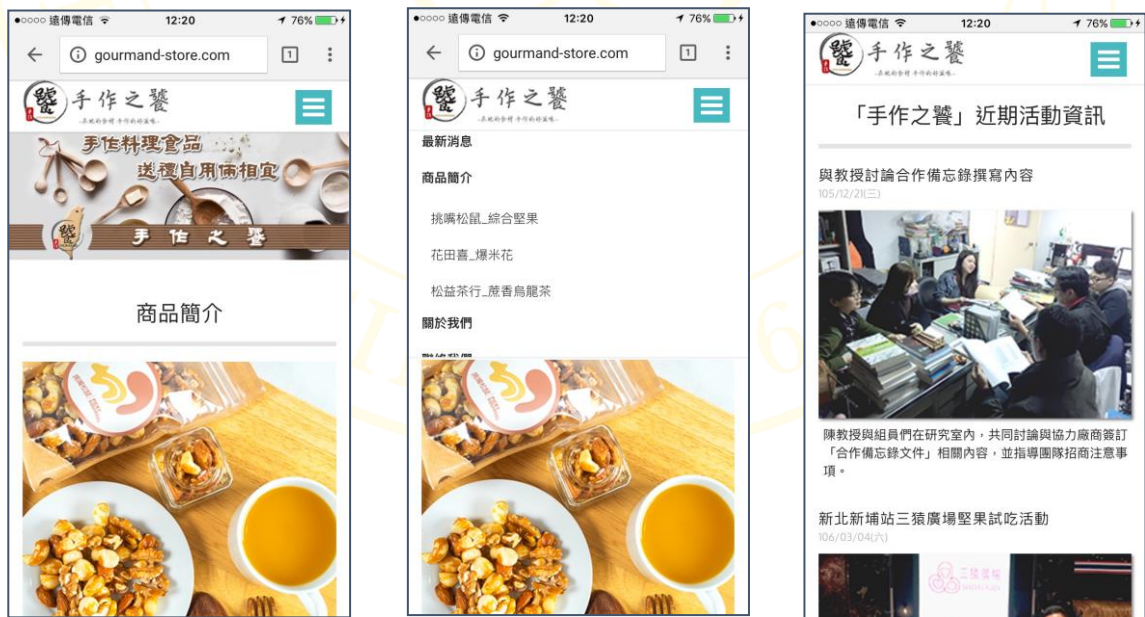


圖 3-11 多裝置瀏覽

資料來源：本研究整理

五、推廣活動

(一)線上推廣活動

在官網與 FB 社群上舉辦促銷與抽獎等活動：

1.堅果促銷活動

活動期間：106 年 3 月 7 日～106 年 3 月 20 日

活動商品：挑嘴松嘴－綜合原味堅果、綜合焦糖堅果

活動內容：綜合原味堅果特價 NT\$168 / 原價 NT\$190

綜合焦糖堅果特價 NT\$199 / 原價 NT\$210

買十送一

促銷文案：

🔥瘋狂熱銷中🔥

🔥買十送一🔥

一次滿足您健康養身及甜蜜幸福追求

低溫烘焙堅果其特色就是爽脆和清甜

透過自家熬製的焦糖，巧妙結合了這兩個優點

為堅果添增了一份台灣人才懂得的香味。

☀️綜合原味堅果 1 包特價 NT.168 (原價 NT.190)

☀️綜合焦糖堅果 1 包原價 NT.199 (原價 NT.210)

容量：180g / 包

保存期限：三個月

堅果種類：核桃仁、杏仁果、腰果粒、夏威夷果仁

🚚🚚🚚全台運費 80

🚚🚚🚚🚚🚚湊滿 1200 免運

搭配圖片：



圖 3-12 堅果促銷文案圖片

資料來源：本研究整理

2.爆米花促銷活動

活動期間：106年4月5日~106年4月20日

活動商品：花田喜—爆米花

活動內容：爆米花特價 NT\$149 / 原價 NT\$190

活動文案：

【促銷囉~追劇必備~花田喜爆米花🍿🍿】

嚴選日本原裝進口天然海藻糖製作👍，製作流程秉持健康又環保，花田喜爆米花不油不膩的好滋味值得您來品嚐😋😋

共有七種風味

甜味的有：原味甜心、蜂蜜芥末、巧克力、焦糖

鹹味的有：原味鹹、墨西哥辣味、巧達起司

☀️容量:2100ml ± 50ml / 罐

☀️保存期限:45 天

☀️保存方式:請放置於乾燥陰涼處

☀️原價 NT\$190 / 罐

☀️將於 4/5~4/20 促銷優惠價格 NT\$149 / 罐

搭配圖片：



圖 3-13 爆米花促銷文案圖片

資料來源：本研究整理

3.茶葉促銷活動

活動期間：106年4月28日~106年5月6日

活動商品：松益茶行一蔗香烏龍茶包

活動內容：爆米花特價 NT\$ 249 / 原價 NT\$ 300

活動文案：

🦋🦋🦋因廣受好評小編要來送優惠啦

🍵以細心烘焙的功夫茶製作成三角立體茶包! 🍵

細聞茶乾，可聞到一股甜甜的味道，沖泡後那股甜味更加明顯，這股香甜的味道，彷彿是甘蔗甜，又像是蜂蜜甜🍯，似乎又帶有果香，這股甜蜜的味道真難形容！茶湯顏色金黃透亮，韻味厚實回甘。

☀️容量:20包小茶包/袋

☀️友情價現在只要 \$249 (原價 NT.300)

☀️歡慶母親節活動時間 4/28~5/6

搭配圖片：



圖 3-14 茶包促銷文案圖片

資料來源：本研究整理

4.FB 抽獎活動

活動期間：106 年 3 月 13 日～106 年 3 月 19 日

活動商品：挑嘴松嘴—原味綜合堅果

活動內容：按讚、分享文章、標記朋友抽原味綜合堅果

活動文案：

👉手作之饗👉抽獎活動👉

三月我們要抽三名得獎者👉

獎品內容：原味綜合堅果乙包

⚠️活動參加資格如下：

① 分享、按讚此篇文在個人臉書
(需在分享時設定公開)

② 標記 3 位朋友並留言 #手作之饗 美味的讓您停不下手，天然、手作，值得您細細品嚐，CP 值破表。

③ 手作之饗粉絲團按讚👍👍。

⚠️完成上面 ① ② ③ 點 就算達成參加資格囉！

#不可以重複留言 #沒有成功標記 3 位朋友的 #資格會直接取消喔

⚠️活動開跑時間：即日起至 3/19 截止

⚠️開獎時間：3/20 號 晚上 10 點開獎

#有留言有機會 #抽獎就是靠運氣 #手作之饗祝大家
大家都運氣爆棚

搭配圖片：



圖 3-15 FB 抽獎活動文案圖片

資料來源：本研究整理

(二)線下推廣活動

在捷運站出口與致理校區內舉辦商品的試吃與填寫問卷等活動：

1. 堅果試吃活動

活動日期：106年3月4日（六）

活動時間：早上9時至12時

活動地點：新埔站三猿廣場

活動商品：挑嘴松嘴—綜合焦糖堅果、綜合原味堅果

活動內容：請路人試吃商品與填寫問卷

（商品力與現在消費者網購食品相關問題）

活動計劃：

8時於新埔站星巴克籌備試吃用品與問卷

9時至12時進行試吃活動

12時至12時10分整理活動場地

12點10分至12點30分時組員活動後會議

2. 爆米花試吃活動

活動時間：106年4月15日（六）

活動時間：早上11時至13時30分

活動地點：致理科技大學校區

活動商品：花田喜—爆米花

（商品力與現在消費者網購食品相關問題）

活動內容：請路人試吃商品與填寫問卷

活動計劃：

10時30分於致理旁7-11籌備試吃用品與問卷

11時至下午13時30分進行試吃活動

13時30分至13點40分整理活動場地

13點40分至14時組員活動後會議

*問卷內容請看附錄五

*活動照片請看系統文件18

第肆章 研究結果

一、調查研究法

(一)文獻探討

1. 網路行銷、網站優化、FB 社群行銷之關係。

經本研究文獻探討驗證之後，發現網路行銷、網站優化、FB 社群行銷是歸屬關係，網路行銷是以網際網路為基礎，利用數位化的資訊和網路媒體的互動性來輔助行銷目標實現的一種新型的市場行銷方式，而網站優化與社群行銷，都是網路行銷其中的一種方式。

2. 有效運用網站優化的方法。

經本研究文獻的探討，瞭解到網站優化的方式有許多種，而且優化的動作重要，執行的步驟很重要，在研究結果中我們歸類出了網站優化的執行步驟與網站優化需注意的事項。

3. 有效經營 Facebook 社群行銷的方法。

經本研究文獻的探討，瞭解到經營一個 Facebook 粉絲專頁，事先的規劃很重要，文案內容、發佈文章的週期、圖片製作以及 Facebook 各式各樣的廣告。在研究結果中我們歸類出了經營 Facebook 社群的方法與需注意的事項。

(二)問卷調查

1.堅果問卷調查資料分析

本專題初估採用問卷發放的方式來測試群眾對產品的滿意成度與其在網路上購買食品的意願，於106年3月4日發放50份堅果試吃問卷進行測試及試吃，男性22名，女性28名，問卷總回收數為50份，(圖4-1~圖4-4)針對堅果問卷分析結果：

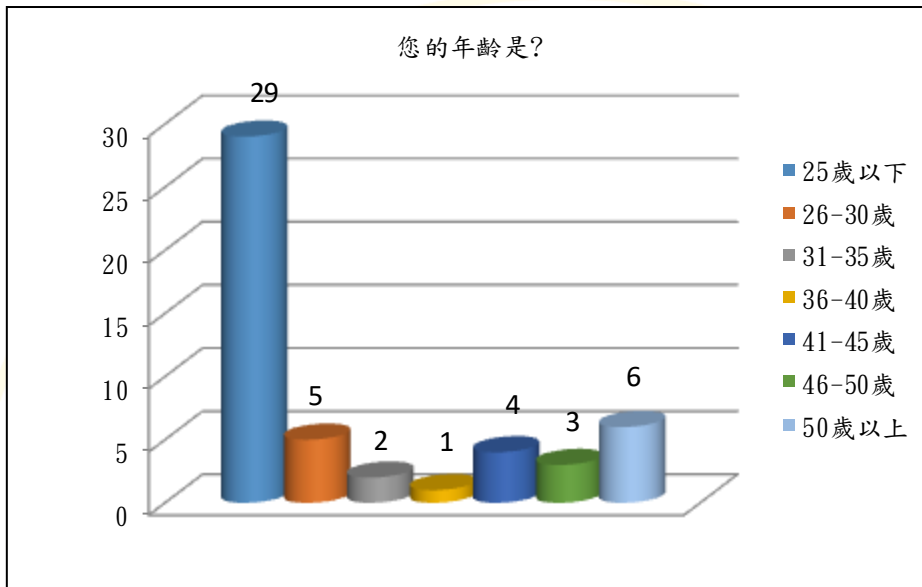


圖 4-1 堅果試吃問卷年齡分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-1 可以看出測試者年齡層以介於 25 歲以下年齡者居多。

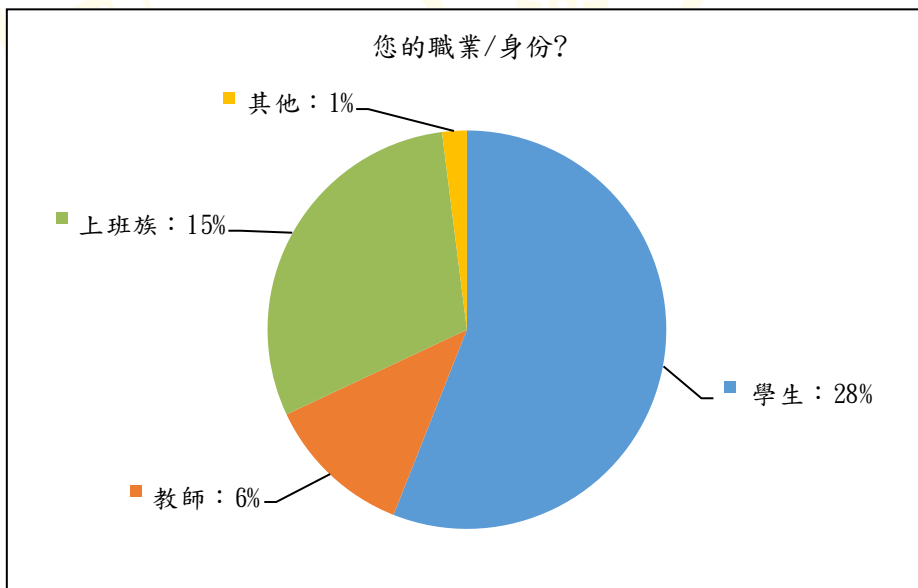


圖 4-2 堅果試吃問卷職業分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-2 可以看出測試者職業以學生及上班族居多。

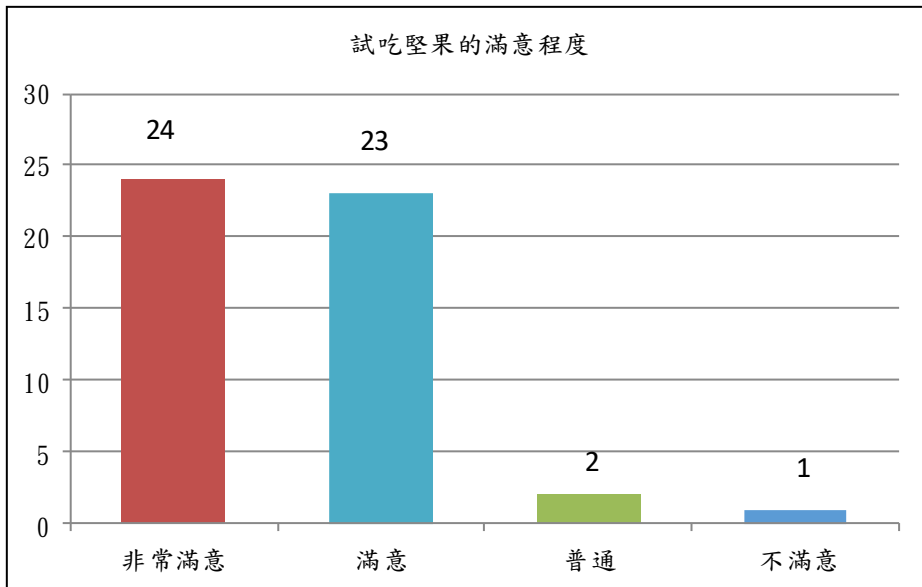


圖 4-3 堅果試吃滿意度分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-3 可以看出大部份的測試者對於堅果評價很高。

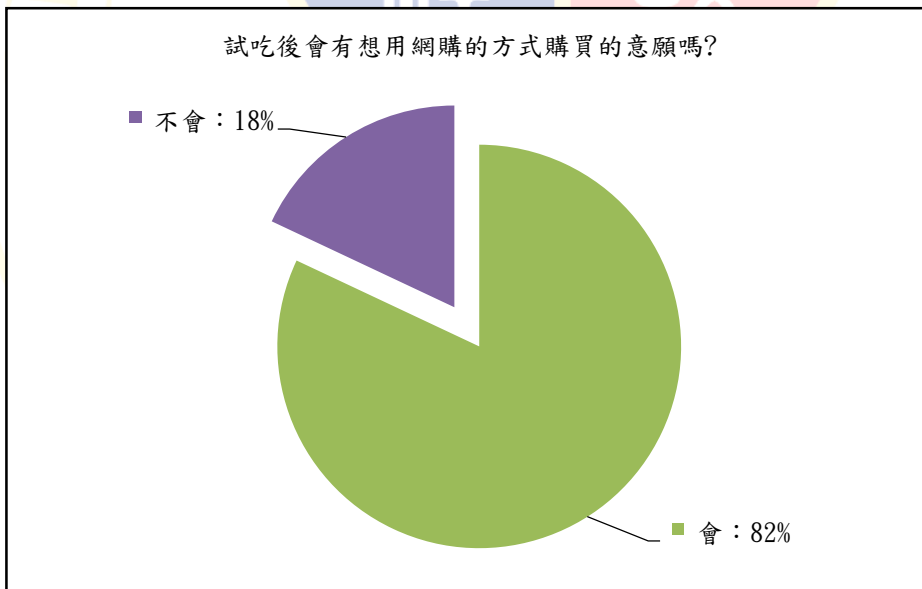


圖 4-4 堅果試吃購買意願分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-4 可以看出大部份的測試者試吃堅果後，都有想購買的意願。

2.爆米花問卷調查資料分析

本專題初估採用問卷發放的方式來測試群眾對產品的滿意成度與其在網路上購買食品的意願，於 106 年 4 月 15 日發放 50 份爆米花試吃問卷進行測試及試吃，男性 19 名，女性 31 名，問卷總回收數為 50 份。(圖 4-5~圖 4-8)針對堅果問卷分析結果：

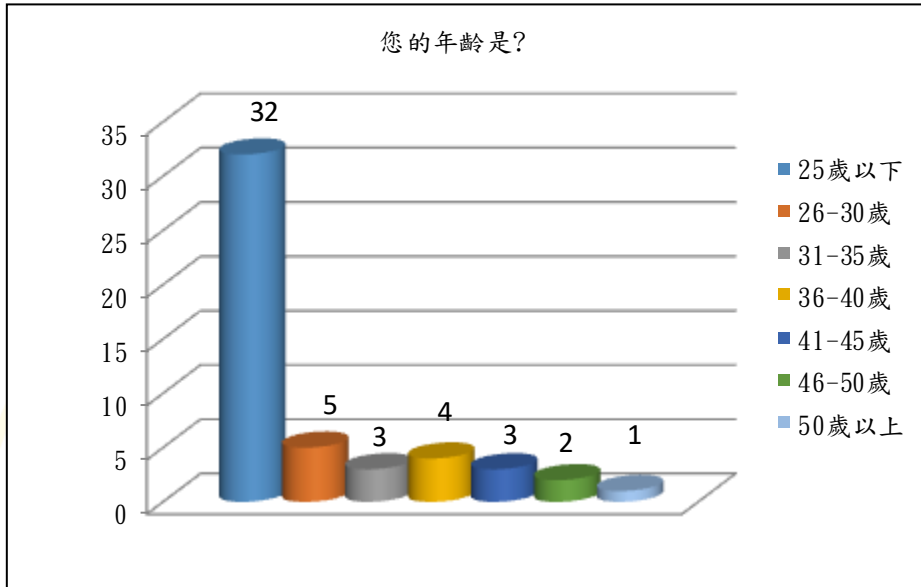


圖 4-5 爆米花試吃問卷年齡分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-5 可以看出測試者年齡層以介於 25 歲以下年齡者居多。

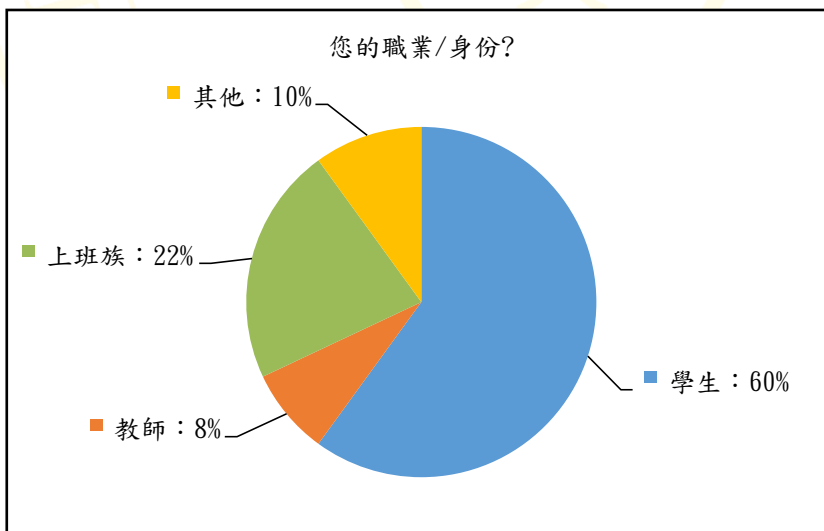


圖 4-6 爆米花試吃問卷職業分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-6 可以看出測試者的職業以學生及上班族居多。

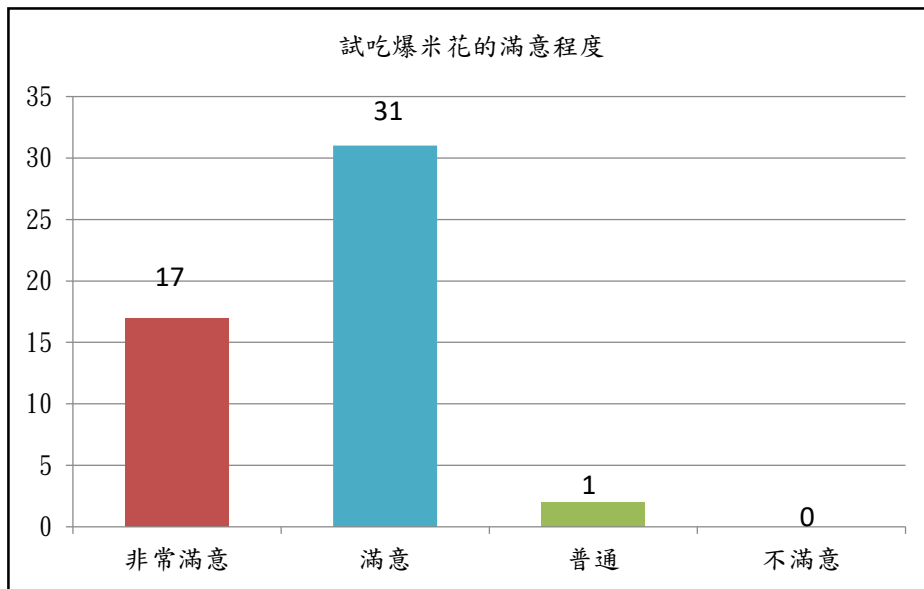


圖 4-7 爆米花試吃滿意度分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-7 可以看出大部份的測試者對於爆米花評價很高。

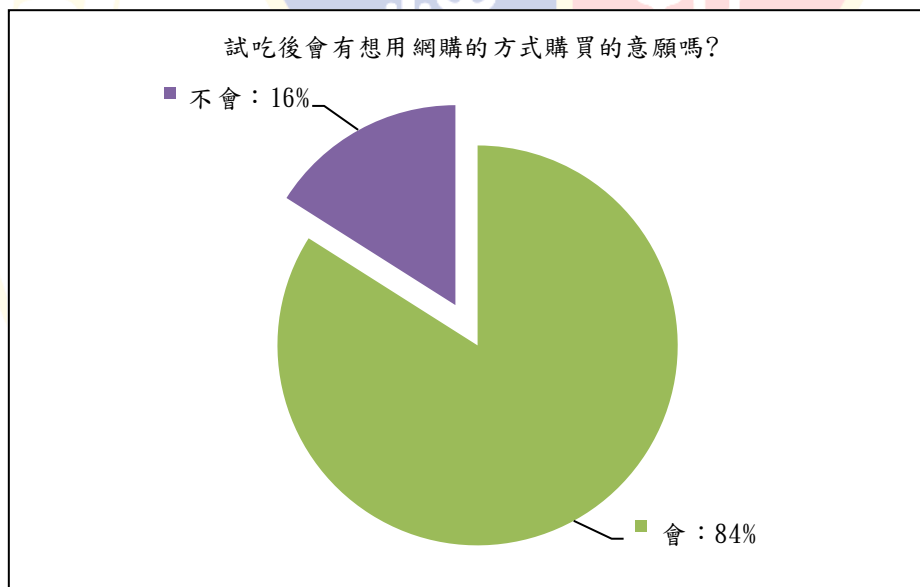


圖 4-8 爆米花試吃購買意願分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-8 可以看出大部份的測試者試吃爆米花後，都有想購買的意願。

3.堅果與爆米花問卷調查總分析

本專題初估採用問卷發放的方式來測試群眾對產品的滿意成度與其在網路上購買食品的意願，於106年3月4日與4月15日各發放50份男性41名，女性59名，問卷總回收數為100份。(圖4-9~圖4-13)針對堅果與爆米花問卷分析結果：

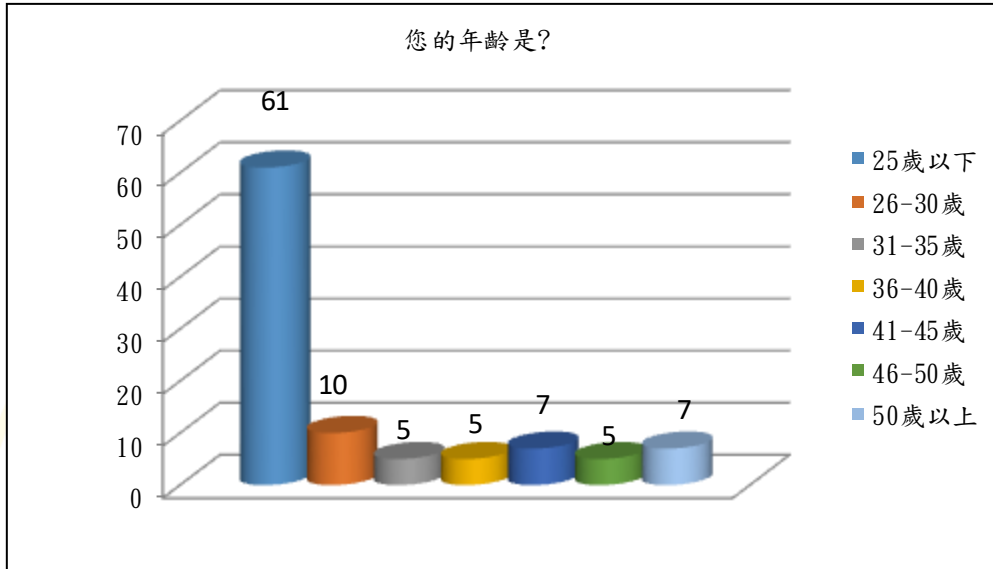


圖 4-9 堅果與爆米花試吃問卷的年齡總分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-9 可以看出測試者年齡層以介於 25 歲以下年齡者居多。

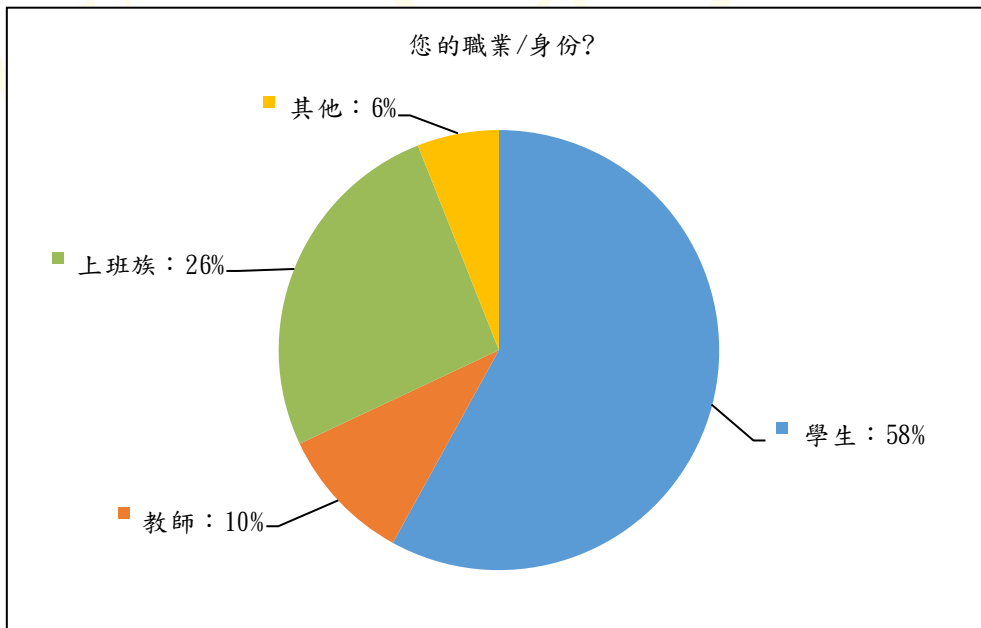


圖 4-10 堅果與爆米花試吃問卷職業總分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-10 可以看出測試者的職業以學生及上班族居多。

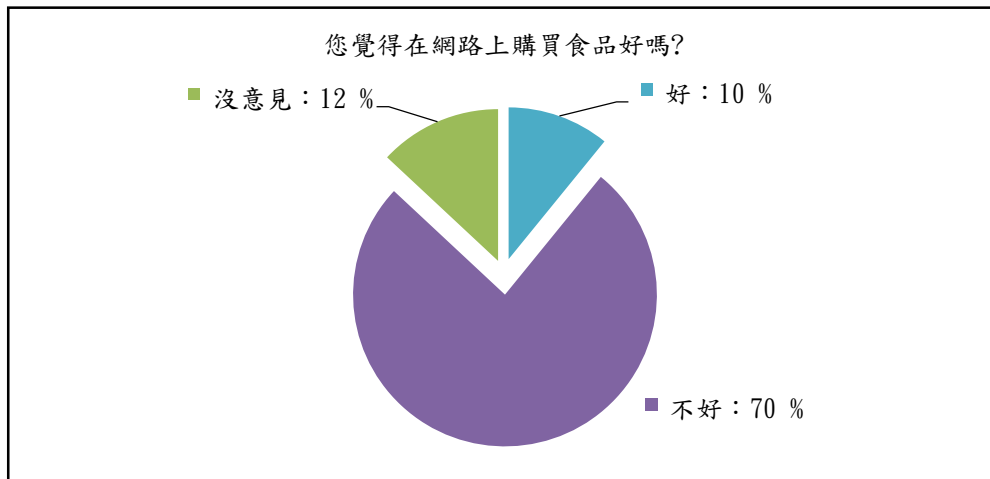


圖 4-11 群眾網購食品的習慣

資料來源：本研究整理

由圖 4-11 可以看出大部份的測試者都不同意用網購的方式食品。

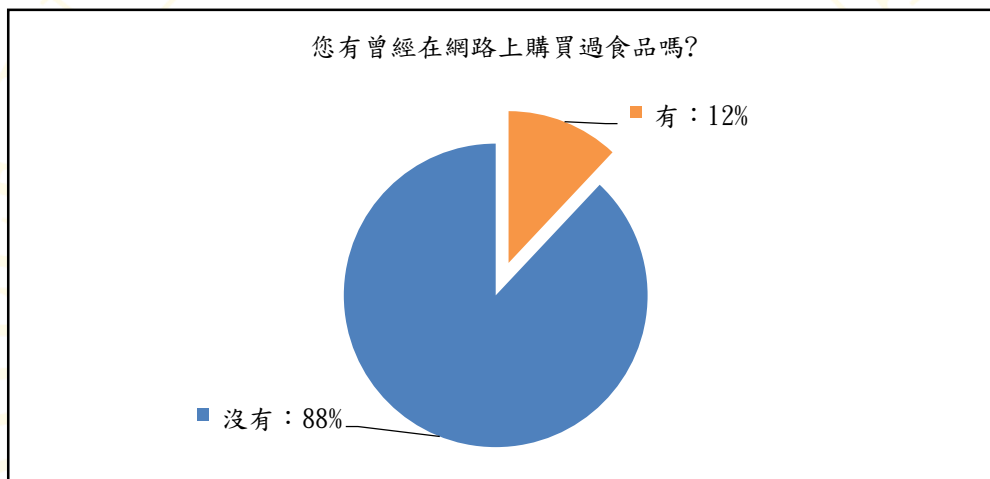


圖 4-12 群眾對於網購食品的想法

資料來源：本研究整理

由圖 4-12 可以看出只有少部份的測試者會運用網購的方式購買食品。

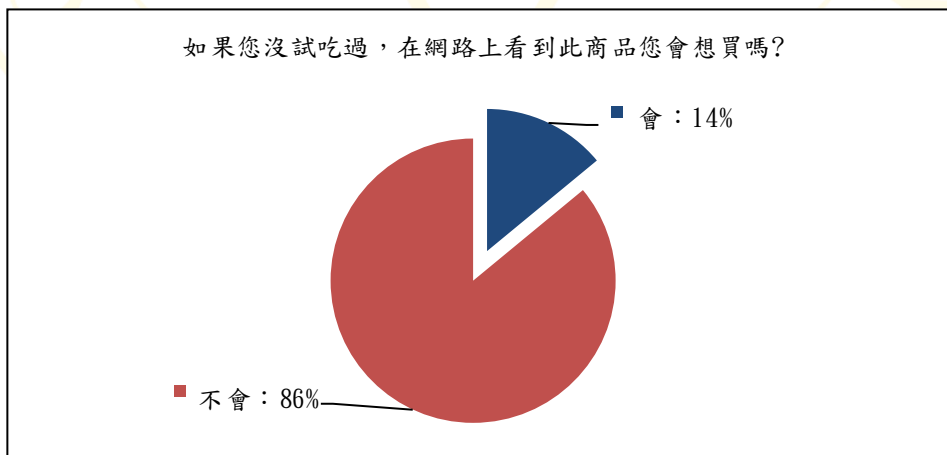


圖 4-13 群眾對陌生食品的網購分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-13 可以看出大部份測試者對於沒吃過的食物，都不會選擇用網購的方式。

二、觀察研究法

(一)交易紀錄分析

1.堅果消費者購買結構分析

針對消費者購物族群分析，本專題初估採用 FB 網站與露天網站進行網路曝光方式來進行堅果銷售給消費者購物結構分析，於 106 年 3 月 1 日開始開放訂購，結束訂購 106 年 5 月 30 日，堅果初步訂購為 28 筆，消費實際總人數為 17 人，男性 6 人，女性 11 人。(圖 4-14~圖 4-17)針對消費者購買分析結果：

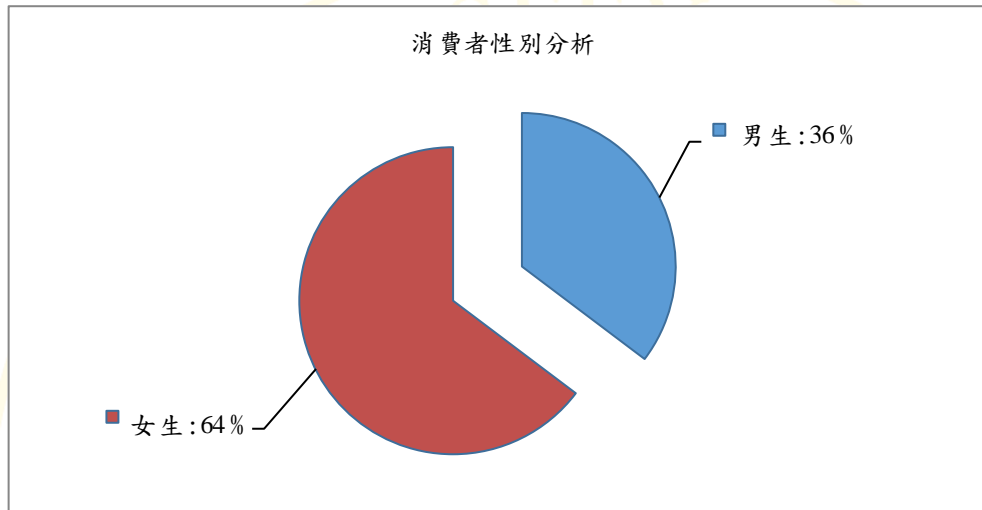


圖 4-14 堅果消費者購物性別分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-14 可以看出消費者購物均為女生居多。

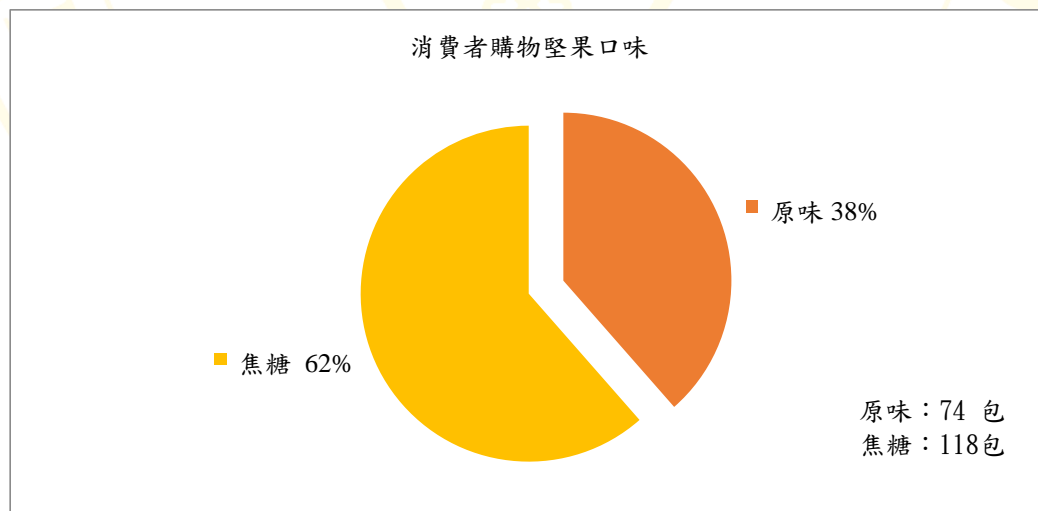


圖 4-15 堅果消費者購物口味分析圖

資料來源：本研究整理

由圖 4-15 可以看出消費者購物口味均為堅果焦糖居多。

2.爆米花消費者購買結構分析

針對消費者購物族群分析，本專題初估採用 FB 網站與露天網站進行網路曝光方式來進行爆米花銷售給消費者購物結構分析，於 106 年 4 月 10 日開始開放訂購，結束訂購 106 年 5 月 30 日，爆米花初步訂購為 16 筆，消費實際總人數為 11 人，男性 3 人，女性 8 人。(圖 3-31~圖 3-32) 針對消費者購買分析結果：

針對交易紀錄分析爆米花消費者性別？

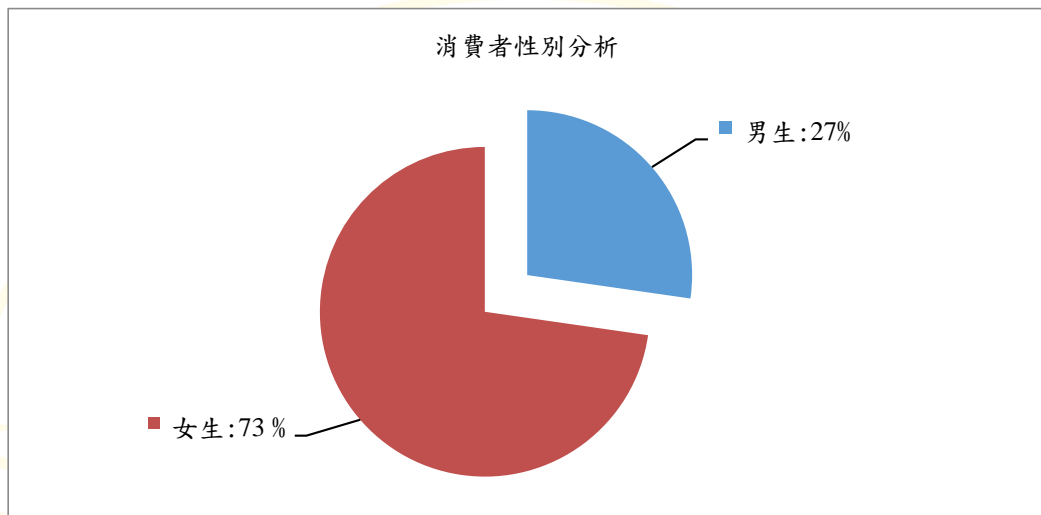


圖 4-16 爆米花消費者購物性別分析圖
由圖 4-16 可以看出實際消費者以女生居多。

針對交易紀錄分析爆米花哪個口味熱銷？

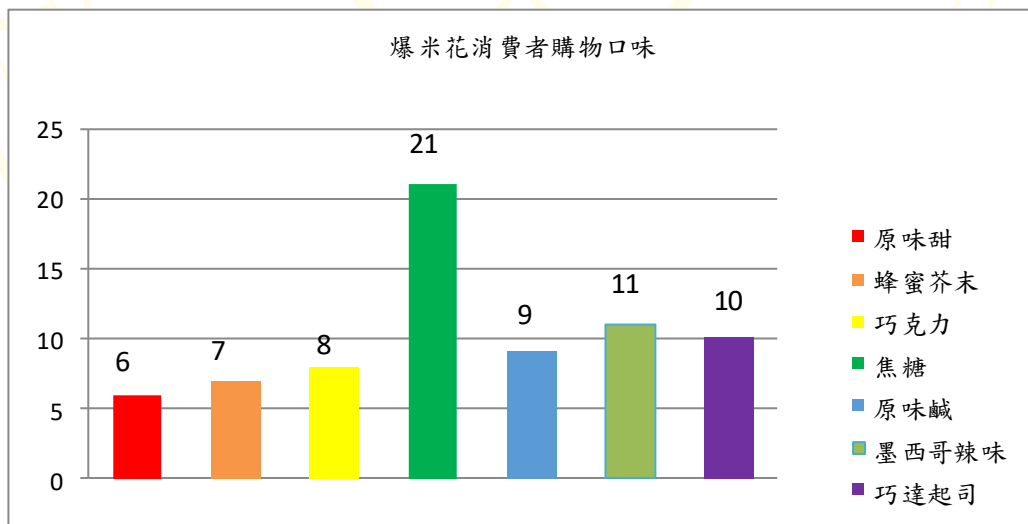


圖 4-17 爆米花消費者購物口味分析圖
由圖 4-17 可以看出消費者購物口味以爆米花焦糖居多，墨西哥辣味次之。

3.消費訂單來源分析

針對消費者購物族群分析，本專題初估採用專題期間的交易紀錄，分析消費訂單的來源，分為線上線下及校內校外，於106年1月19日開始開放訂購，結束訂購106年5月30日，總訂購為49筆。(圖4-18~圖4-23)針對消費者購買分析結果

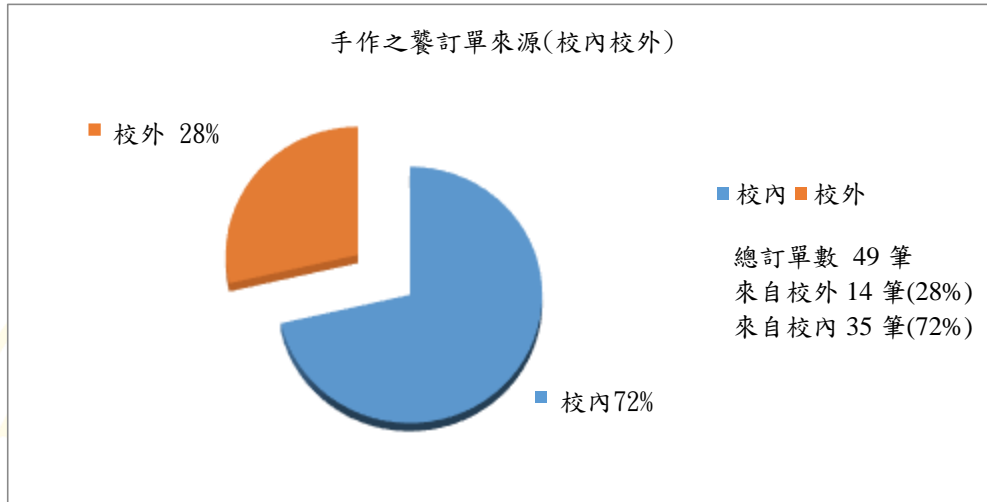


圖 4-18 訂單來源(校內校外)圖

由圖 4-18 可以看出訂單的來源主要來自校內的同學與老師

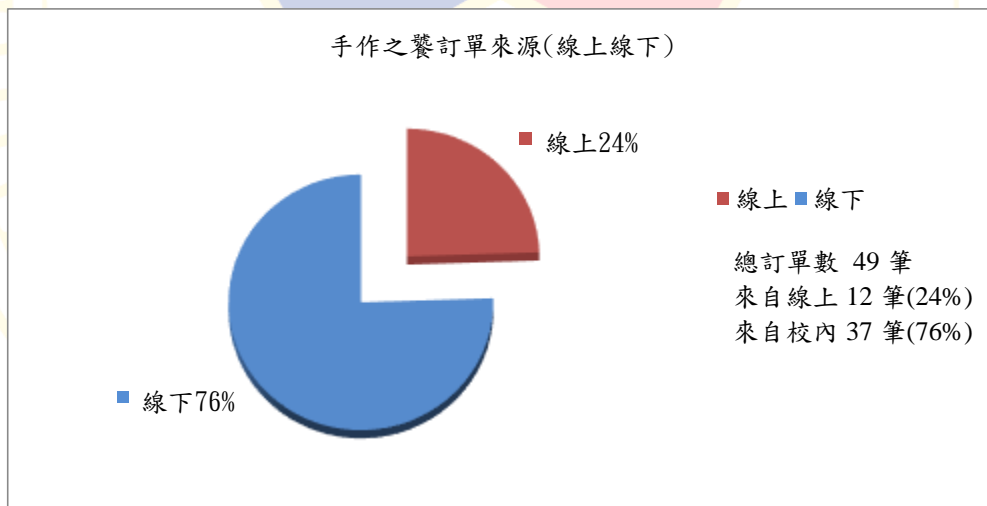


圖 4-19 訂單來源(線上線下)圖

由圖 4-19 可以看出訂單的來源主要來自線下的推廣活動

(二) FB 洞察報告分析

針對 FB 經營的洞報告分析，分析期間 106 年 3 月 1 日開始至 106 年 5 月 10 日，目前粉絲人數為 350 人。(圖 3-35~圖 3-38) 針對 FB 洞查報告圖

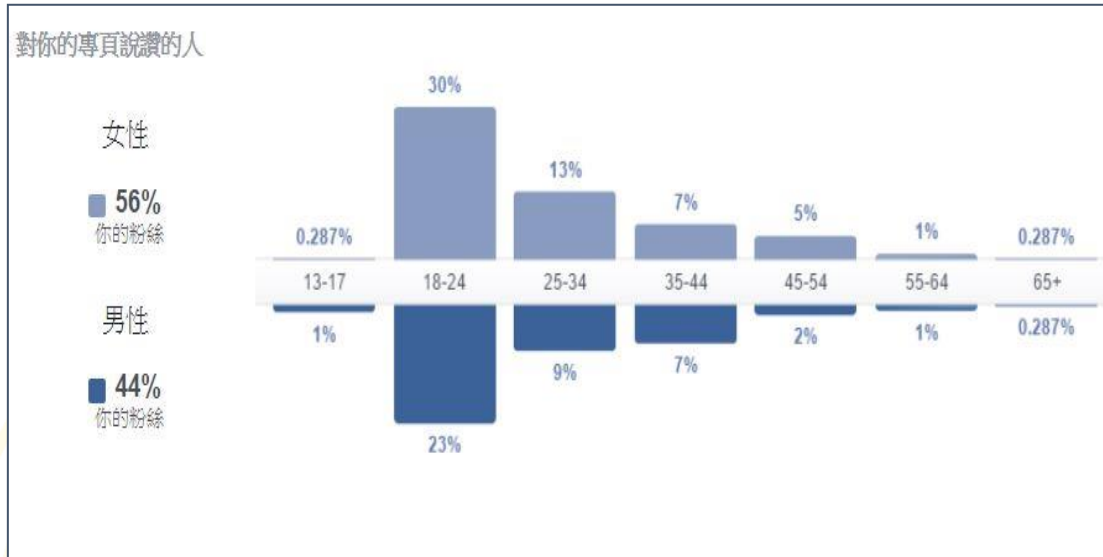


圖 4-20 FB 粉絲性別年齡分佈圖

由圖 4-20 可以看出粉絲年齡以 18~24 居多，粉絲性別男女數量接近

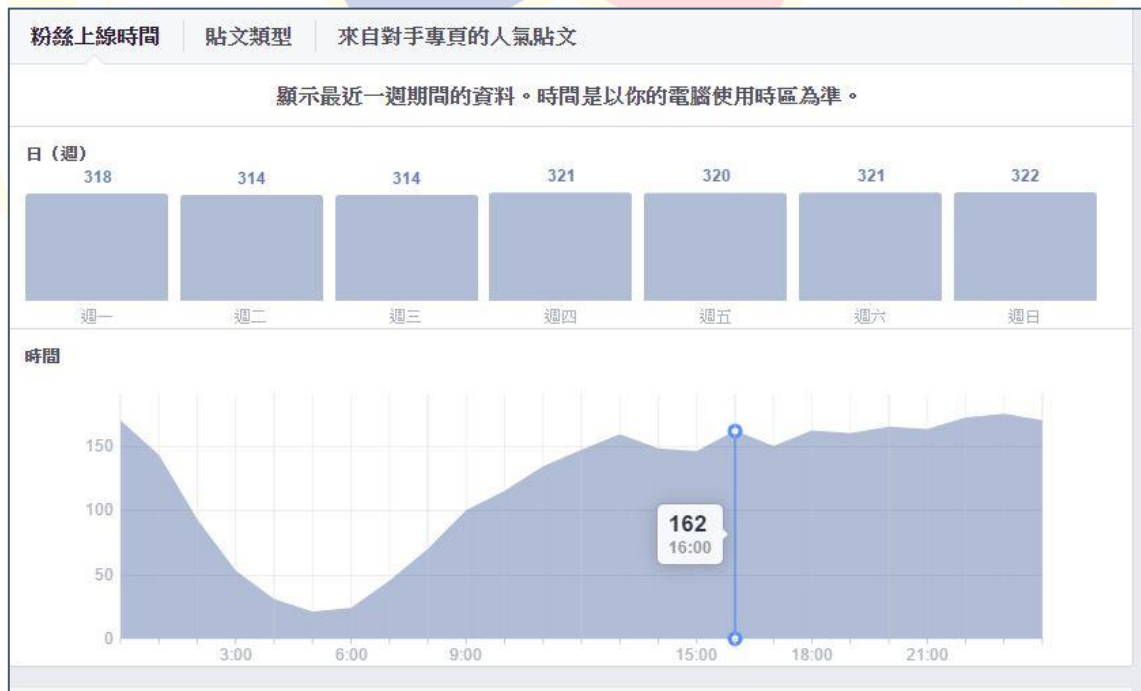


圖 4-21 FB 粉絲上線時間分佈圖

由圖 4-21 可以看出粉絲上線時間中午 12:00 至晚上 12:00 點



圖 4-22 FB 粉專觸及總圖
由圖 4-22 可以看出哪個時間點觸及人數最多



圖 4-23 FB 粉專按讚總圖
由圖 4-23 可以看出粉絲在哪个時間點按讚退按

第五章 研究結論

本研究主要目的，在於探討運用網站優化與網路行銷的成功方法。其主要貢獻在於，藉由實際操作「手作之饗」網路商店，對網站優化的方法與行銷策略之相關性探討，分析網站優化有效應用之方法，並將其排序。希望能協助網路商店業者檢視本身所擁有資源與經營模式是否可行，更能協助網路商店之店家瞭解應具備之關鍵成功之方法，以減少於第一次面臨網路行銷所要面臨的失敗及風險等障礙，並進而提升其網路商店成功與持續經營的機會。茲將相關重要研究結論以及研究限制與對後續研究建議，依序歸納如後。

一、研究結論

(一)網路行銷與網站優化之關係。

經本研究文獻探討驗證之後，發現網路行銷與網站優化是歸屬關係，網路行銷是以網際網路為基礎，利用數位化的資訊和網路媒體的互動性來輔助行銷目標實現的一種新型的市場行銷方式，而網站優化，是歸類在網路行銷中的 SEO(搜尋引擎最佳化)中，也是目前中小企業最常使用的行銷方式，是指以對網路、網站、資訊檢索、文案編輯等專業的瞭解，來設計、調整網站或網頁的內容結構，以符合搜尋引擎友善性的原則。全面提高網站於搜尋引擎的能見度，達成增加網站流量的最終目標。

(二)有效運用網站優化的方法。

經本研究文獻與網站優化實際操作的探討，在我們執行網站優化時，很難去同時規劃到全方位，而且我們發現雖然進行網站優化很重要，但更重要的是方法與步驟，以下是依我們實操歸類出網站優化的簡易步驟與網站優化需注意的事項。

1.網站優化的簡易步驟與內容：

步驟(1)關鍵字

現在大部份的企業店家都會在設定網站的關鍵字，因為這是進行 SEO 優化最重要的一環，最為影響您網站在搜尋引擎的排名，而我們在手作之饗使用的關鍵字主要是有關於手作、食品類別。

步驟(2)網站架構分析

一個好的網站結構能符合搜尋引擎的爬蟲喜好則有利於 SEO 優化，相反如果網站的架構太繁複，網站地圖又沒有規劃好，您的網站排名將會低到谷底，而我們的網站只屬於一種曝光資訊的平台，所以並未有太多頁面與功能。

步驟(3)網站目錄和頁面優化

SEO 不止是讓網站的首頁在搜尋引擎有好的排名，如果自己在其他的頁面也下苦心去優化版面、內容，能讓每個頁面都帶來流量，讓整個網站的流量大幅提升。我們在手作之饗的實操中，頁面數雖不多，但在每個頁面的版面及內容我們都重新討論好幾次，為的就是希望帶來更多的流量。

步驟(4)內容更新

搜尋引擎最喜歡有規律的網站內容更新，所以在安排網站內容發佈日程是很重要技巧。手作之饗的網站，是在5月初上線的，而我們目前只更新了兩次，在之後只要有新品上架、舊商品資訊更新、舉辦活動...等，我們就會持續更新內容。

步驟(6)建立網站地圖 SiteMap

根據自己的網站結構，製作網站地圖，讓你的網站對搜尋引擎更加友好化。讓搜尋引擎能過 SiteMap 就可以訪問整個網站上的所有網頁和欄目。我們經營的手作之饗，並不是太過於複雜的網站，所以在這一塊，我們並未去實做。

步驟(7)網站流量分析

網站流量分析從 SEO 結果上指導下一步的 SEO 策略，同時對網站的用戶體驗優化也有指導意義。許多店家在擁有網站的之後，會不知道該如何經營該網站，而有了網站分析工具，能讓自己掌握自己的網站。在手作之饗，我們有使用 Google Analytics (分析)，在上面可以看到網站的流量、使用者的客層、興趣、地理位置...等，但我們的網站上線的時間不常，尚真正意義上的使用到這項工具。

(三)有效經營 Facebook 社群的方法。

經本研究文獻與 Facebook 粉絲團實際操作的探討，發現要經營一個 Facebook 粉絲團，需要注意面向有很多，都要掌握好。以下是我們歸類出經營 Facebook 的方法。

1.經營 Facebook 粉絲團的方法：

(1)定位自己在網路上的角色

當你在設立 Facebook 粉絲團時，它會提供許多種類形讓你選擇，包括地區性服務、品牌、產品或機構、藝人、樂團，或公眾名流...等，將自己的角色定位清楚，才能將你真的需要的客群引到你的粉專。本研究中我們經營手作之饗的粉專，因手作之饗是屬於商城，所以我們將它定位為產品／服務。

(2)規劃發文策略

要規劃一個好的發文策略，需要根據你鎖定的受眾的年齡喜好..等，來判斷內容該放些什麼、貼文的長度多長、發文的合適時間。本研究中手作之饗在規劃發文時，最先考慮的是受眾，因為手作之饗的商品目前是以高單價甜食為主，所以我們將受眾定為 18~25 之間的年輕人，依受眾的年齡，我們發文的時間通常定為中午過後與晚上 9 點過後。

(3)定期產出文章

很多粉絲團，經營的時間久了，發文開始散漫或者無法定期產出優質內容，當初每天發文的熱情就會消失，導致粉絲團慢慢消失在人們的視線中。本研究中手作之饗是規律的每週至少發三篇文章。

(4)舉辦打折活動

舉辦活動，將是你吸引粉絲的好方法，不論是抽獎、折扣、送贈品...等，會為你帶來想不到的人氣唷。本研究中手作之饗的作法是，舉辦折扣促銷與抽獎活動，每次折扣都使用新商品，期間為兩週；抽獎活動是以按讚分享得到抽獎資格，免費送商品。

(5)了解並使用 FB 廣告機制

Facebook 粉絲團的廣告機制，並不會很複雜，只是真的需要了解過才知道，自己不知道花了多少錢在沒有意義的地方。本研究中手作之饗在這一部份並沒有規劃成功，花費了將近 400 元的廣告費用，卻沒得到好的成效。

(6)了解洞察報告的含意

Facebook 粉絲團的洞察報告，可以看到許多資訊，像是你的粉絲的年齡分布、性別比例、使用 Facebook 的時間點，還有你所有貼文的觸擊率、投廣告後的成效。

二、研究限制與未來建議

(一)本研究雖力求嚴謹，但仍有以下幾點限制：

- 1.本研究採用問卷調查法，因受限於人力、財力以及受訪者填答之意願，且受訪者勾選問卷選項時易受到個人主觀的情緒因素及環境因素的影響，故較無法更深入且精確瞭解受測者的實際感受與想法。
- 2.本研究中，實操網站的經營時間不夠長久，所以在「探討有效運用網站優化的方法」這項研究目的，無法提出在長久經營網站優化的確切做法。

(二)針對未來網路行銷後續研究，本研究建議如下：

- 1.本研究採用建議之後可探討「消費者在網路購物的心理學」。



參考文獻

一、中文部分

黃馨慧、陳貞杏、蔡瑩賢、黃子瑄、宋佩芳 (2012),「線上體驗媒介對消費者購買意願的影響」,元培科技大學企管系專題,12~23 頁。

王鴻國(2003),「國內網路行銷關鍵成功應用因素之研究」,中華大學碩士論文,10~20 頁。

廖佳華、林佩瑜、劉恩君、凌瑩珈 (2012),「網路社群功能、網路行銷科技與社群行銷科技的相關性之探討—以 Facebook 為例」,元培科技大學企管系專題,4~11 頁。

賴思嘉 (2010),「應用搜尋引擎優化提升網站排名之研究」,勤益科技大學流通管理系碩士論文,11~23 頁。



二、網站訊息

林傑銘 (2015), 「沒紮穩這四個基礎功, 千萬別經營 fb 粉絲團」

<https://imjaylin.com/fb%E7%B2%89%E7%B5%B2%E5%9C%98%E7%B6%93%E7%87%9F/>

PKthink 文章, 「SEO 網站優化的 10 個重點」,

<https://www.pkthink.com/knowledge-info.asp?id=10>

Godspeed 的教學網站文章, 國際網際網路的歷史

http://www.godspeed.url.tw/network_A/new_page_1_01.htm

許景泰(2014), 「網路創業市場熱, 僅 5% 真正賺錢!」, SmartM 文章

<https://www.smartm.com.tw/article/323932cea3>

陳榮樑 (2012), 網路行銷常看到的幾種方法

<https://www.bnext.com.tw/article/25678/BN-ARTICLE-25678>

INSIDE 文章(2014), 「社群專家七大 Facebook 實驗, 拯救你的粉絲頁就看這篇!」

<https://www.inside.com.tw/2014/12/17/we-tested-all-the-best-advice-to-get-more-clicks-on-facebook>

附錄

附錄一 協力廠商概述

一、廠商－挑嘴松鼠

1. 公司資訊

- ✓ 品牌名稱：挑嘴松鼠
- ✓ 負責人：李冠穎
- ✓ 聯絡方式：0911297629
- ✓ 電子郵件：pickynuts@gmail.com
- ✓ 公司地址：新北市新店區安民街303巷5號
- ✓ 公司官網：<http://www.pickysquirrel.com/>
- ✓ 品牌社群：<https://www.facebook.com/PickySquirrel/>
- ✓ 其他平臺：蝦皮
- ✓ 產地：台灣

2. 品牌故事：

挑嘴松鼠工作室是由三個熱愛大自然及戶外運動的大男生所創立，最初會接觸到堅果是因其營養價值高，適合作為運動員補充營養的良好食品。深入研究後，更驚訝堅果營養價值之豐富且對人體有許多好處，於是便決定開始販售堅果。以不額外添加其他食用油為原則製作，幾經嘗試之後，推出了原味及焦糖兩種口味並正式販售，挑嘴松鼠於2014年正式誕生。

3. 產品：

口味	介紹	市售價
焦糖綜合堅果	<p>嚴選台灣一次結晶砂糖，慢火熬製成琥珀色焦糖漿，巧妙的結合了爽脆和清甜兩個優點</p> <p>成分:夏威夷果、腰果、杏仁、核桃、砂糖 容量:180g/包. 保存方式: 請放置於乾燥陰涼處. 保存期限: 三個月.</p>	NT\$210
原味綜合堅果	<p>內含原味夏威夷果、腰果、杏仁及核桃等四種堅果，一次滿足，沒有遺憾！</p> <p>成分:夏威夷果、腰果、杏仁、核桃、砂糖 容量:180g/包. 保存方式: 請放置於乾燥陰涼處. 保存期限: 三個月.</p>	NT\$190

二、廠商—花田喜

1. 公司資訊

- ✓ 品牌名稱：花田喜爆米花
- ✓ 負責人：張睿芸
- ✓ 聯絡方式：037-359167
- ✓ 電子郵件：flowerhappying@gmail.com
- ✓ 公司地址：360 苗栗市至公路 333-1 號
- ✓ 公司官網：http://www.flowerhappying.com
- ✓ 品牌社群：https://www.facebook.com/1714528885473193
- ✓ 其他平臺：pinkoi 網店、FB 粉專、Shop.com、E&L Shop、aabeauty
- ✓ 產地：台灣

2. 品牌故事：

花田喜成立於 2016 年 6 月，廠址坐落於苗栗鄉間。源自於善心，花田喜的宗旨為幫助弱勢家庭小孩，希望他們可以像【花】一樣美麗的成長，希望藉由公司所有成員的力量，如豐收的稻【田】般，給孩童平安【喜】樂的長大。

秉持著美味安心為原則，堅持品質優先，從原物料為健康把關，不僅是非基因改造玉米，更選用西點中的高級品【日本天然海藻糖】，低熱量又輕負擔，相、酥、脆，讓人一口接一口，吃出幸福好滋味。

企業社會責任不分大小，花田喜每月固定捐 10% 的營收給綠光種子教室，幫助弱勢家庭的孩子，希望隨著公司的發展，能為社會盡更多心力。

3. 產品：

口味	包裝	介紹	市售價
原味甜 蜂蜜芥末 巧克力 焦糖 原味鹹 墨西哥辣味 巧達起司	FAMILY 伊甸園 旋轉木馬	強勢單品爆米花，七種不同口味，推出三款(旋轉木馬、伊甸園、FAMILY)精緻可愛的方形包裝，包裝設計突破了以往傳統思維又帶有現代不拘俗套的精神。 成分:非基因改造玉米粒、棕櫚油、椰子油、糖、β-胡蘿蔔素、食用香料。 容量: 2100ml±50ml. 保存方式: 請放置於乾燥陰涼處。 保存期限: 45 天.	NT\$180

三、廠商－松益茶行

1. 公司資訊

- ✓ 品牌名稱：松益茶行
- ✓ 負責人：邱佑義
- ✓ 聯絡方式：0952494787
- ✓ 公司地址：南投縣名間鄉松山村松山街
- ✓ 品牌社群：<https://www.facebook.com/SongYiChaXing>
- ✓ 其他平臺：FB 粉專
- ✓ 產地：南投縣名間鄉

2. 品牌故事：

松柏嶺山上一個讓您用心品茶的好地方
茶不在於價位高低，只在懂得品味的人
一份平民的價位，讓您擁有超值得享受

3. 產品：

口味	介紹	市售價
蔗香烏龍 立體茶包	<p>以細心烘焙的功夫茶製作成三角立體茶包！細聞茶乾，可聞到一股甜甜的味道，沖泡後那股甜味更加明顯，這股香甜的味道，彷彿是甘蔗甜，又像是蜂蜜甜，似乎又帶有果香，這股甜蜜的味道真難形容！茶湯顏色金黃透亮，韻味厚實回甘。</p> <p>茶樹品種：四季春茶 發酵程度：半發酵 焙火程度：五分焙火 產地環境：南投名間鄉八卦山脈末端 松柏嶺地段：海拔高度約 450 公尺 土質水源：紅土/松柏嶺地下水 採收季節：2016 年冬作 容 量：30g/包 保存方式：請放置於乾燥陰涼處 保存期限：最佳鑑賞期為 6 個月</p>	NT\$30 0

附錄二 合作備忘錄

合作協議雙方：

(以下簡稱甲方)

致理科大一手作之饗團隊 (以下簡稱乙方)

協議目的：

為達成產學合作之目標，乙方以專案模式推廣台灣手工食品，由甲方將其商品交予乙方進行銷售服務，特立此備忘錄，以明確雙方合作細節與責任。

商品品項與進價：

產品名稱	規格	口味	進貨價

*新台幣

※協請甲方提供食品檢驗相關資料，列為食品食用安全證明檔存查。

雙方議定作業流程：

1. 乙方應於每週 _____ 統計彙整前乙週之訂單，完成下訂作業並報請甲方確認。
2. 甲方確認訂單內容、數量後，乙方於報單隔日即將該週訂單貨款全數支付至甲方指定帳戶，並電話通知甲方查驗。
3. 甲方於確認貨款到帳後，_____ 個工作天內出貨至乙方指定地址並將出貨訊息告知乙方。

4. 消費者若有瑕疵退換貨之需求時，甲、乙雙方同意於消費者收到之商品若有瑕疵退換貨之需求時，到貨日起算7日內完成退換貨申請，超過7日則不予退換貨。

甲方指定帳戶：

帳務聯絡人：_____

帳務聯絡電話：_____

帳務聯絡 E-mail：_____

銀行戶名：_____

銀行名稱：_____

銀行分行：_____

銀行代號：_____

銀行帳號：_____

乙方聯絡資訊：

聯絡人：_____ 潘建名

聯絡電話：_____ 09xx-xxx-xxx

E-mail：_____ xxxxxxo@gmail.com

甲方代表人簽字：_____

乙方代表人簽字：_____

中 華 民 國 年 月 日

附錄三 消費者訂購單
一、堅果訂購單



手作之饗－堅果訂購單

訂購日期	年 月 日		
訂購商品(數量)	原味(包) NT.190		焦糖(包) NT.210
總金額			
收貨人			
聯絡電話			
送貨地址			
備註			

* 團購滿 NT.1,200 即可免運費，未滿者收 NT.80 物流運費。(僅配送台灣本島單一地址)

* 商品訂購：採預訂制，每週一統計下單，下單後五日內到貨。

* 付款方式：採預付制，付現或匯款方式結算，款項收取後即辦理出貨事宜。

* 如有任何疑問可至手作之饗 FB 社群私訊發問或撥打 0989-474-583 聯絡服務員。



二、爆米花訂購單



手作之饗—爆米花訂購單

訂購日期	年 月 日		
訂購商品(數量) NT.180/罐	旋轉木馬	伊甸園	Family
	原味甜心		
	焦糖		
	巧克力		
	蜂蜜芥茉		
	原味 鹹		
	黑西哥辣味		
	巧達起司		
總金額			
收貨人			
聯絡電話			
送貨地址			
備註			

* 團購滿 NT.2,000 即可免運費，未滿者收 NT.110 物流運費。(僅配送台灣本島單一地址)

* 商品訂購：採預訂制，每週六統計下單，下單後四個工作天內到貨。

* 付款方式：採預付制，付現或匯款方式結算，款項收取後即辦理出貨事宜。

* 如有任何疑問可至手作之饗 FB 社群私訊發問或撥打 0989-474-583 聯絡服務員。



附錄四 協力廠商訂購單

手作之饗－廠商訂購單

訂單日期：2017 / /

訂購人	聯絡電話	購買商品(口味)	規格	數量	送貨地址

口味	價格	總數	金額	總金額

製表人：潘建名 Vic
聯絡電話：09890-xxx-583

附錄五 問卷設計

一、堅果問卷

堅果試吃問卷調查表

希望藉由您的試吃與建議，做為本產品改進與成長的動力，並期待為您建構一個美味與可口的堅果食品，希望您不吝提供寶貴的建議,謝謝您!!

※本試吃調查表請於3月15日前放置致理科大忠孝樓二樓夜資三A信箱
感謝您的配合!!

基本資料填寫:

1. 性別: 男 女
2. 年齡: 25歲以下 26~30歲 31~35歲 36~40歲 41~45歲
46~50歲 50歲以上
3. 試吃者: 學生 教師 上班族 其他_____
4. 試吃口味:
原味綜合堅果 焦糖綜合堅果 兩種口味都有試吃
5. 試吃滿意度:
非常滿意 滿意 普通 不好吃 其他_____
6. 試吃後會有想購買的意願嗎?
會 不會
7. 您覺得在網路上購買食品好嗎?
好 不好 沒意見
8. 您有曾經在網路上購買過食品嗎?
有 沒有
9. 如果您沒試吃過，在網路上看到此商品您會想買嗎?
會 不會

非常感謝您的填寫☺ 當場寫完者在請您交給身邊的人員就可以嘍!!!~~
如果喜歡我的產品歡迎至粉絲團搜尋或掃描QR”手作之饗”給我們按個讚吧☺
也可以到instagram (gourmandistore) 找到我們唷~~

※【追蹤我們可以收到更多優惠消息!!☺】

♥手作之饗全體成員感謝您~祝您有美好的一天♥



@gourmandistore



二、爆米花問卷

手作之饗－爆米花試吃問卷調查表

希望藉由您的試吃與建議，做為本產品改進與成長的動力，並期待為您建構一個美味與可口的手作平臺，希望您不吝提供寶貴的建議,謝謝您!!

基本資料填寫:

1. 性別: 男 女
2. 年齡: 25歲以下 26~30歲 31~35歲 36~40歲
41~45歲 46~50歲 50歲以上
3. 身份: 學生 教師 上班族 其他_____
4. 試吃口味:
原味甜 焦糖 巧克力 蜂蜜芥茉 原味鹹 黑西哥辣味 巧達起司
5. 試吃滿意度:
非常滿意 滿意 普通 不好吃 其他_____
6. 試吃後會有想購買的意願嗎?
會 不會
7. 您覺得在網路上購買食品好嗎?
好 不好 沒意見
8. 您有曾經在網路上購買過食品嗎?
有 沒有
9. 如果您沒試吃過，在網路上看到此商品您會想買嗎?
會 不會

非常感謝您的填寫☺ 當場寫完者在請您交給身邊的人員就可以嘍!!!~
如果喜歡我的產品歡迎至粉絲團搜尋或掃描QR”手作之饗”給我們按個讚吧☺
也可以到instagram (gourmandistore) 找到我們唷~~

※【追蹤我們可以收到更多優惠消息!!☺】

♥手作之饗全體成員感謝您~祝您有美好的一天♥



@gourmandistore





畢業專題 系統操作手冊

【專題執行計畫表】

組名	網路行銷一手作之饗 Gourmand Istore		
組員	班級	學號	姓名
	(夜)資訊管理系三年A班	60310173	潘建名(組長)
	(夜)資訊管理系三年A班	60310176	方義德
	(夜)資訊管理系三年A班	60310131	黃秋蓉
	(夜)資訊管理系三年A班	60310182	江昱芸
	(夜)資訊管理系三年A班	60310108	林怡君
選定合作單位	名稱	挑嘴松鼠	
	負責人	李冠穎	
	電話	0911-297-629	
	地址	新北市樹林區大有路122號	
	業務描述	<p>主要業務是在網路上販售堅果、果乾及咖啡。</p> <p>嘴松鼠工作室是由三個熱愛大自然及戶外運動的大男生所創立，最初會接觸到堅果是因其營養價值高，適合作為運動員補充營養的良好食品。深入研究後，更驚訝堅果營養價值之豐富且對人體有許多好處，於是便決定開始販售堅果。以不額外添加其他食用油為原則製作，幾經嘗試之後，推出了原味及焦糖兩種口味並正式販售，挑嘴松鼠於2014年正式誕生。</p>	
	選定合作單位	名稱	花田喜
負責人		張睿芸	
電話		0975-820-687	
地址		苗栗縣苗栗市至公路333-1號	
業務描述		<p>主要業務是在網路上販售爆米花</p> <p>花田喜成立於2016年6月，廠址坐落於苗栗鄉間。源自於善心，花田喜的宗旨為幫助弱勢家庭小孩，希望他們可以像【花】一樣美麗的成長，希望藉由公司所有成員的力量，如豐收的稻【田】般，給孩童平安【喜】樂的長大。</p> <p>秉持著美味安心為原則，堅持品質優先，從原物料為健康把關，不僅是非基因改造玉米，更選用西點中的高級品【日本天然海藻糖】，低熱量又輕負擔，相、酥、脆，讓人一口接一口，吃出幸福好滋味。</p>	

選 定 合 作 單 位	名 稱	松益茶行		
	負責人	李佳峰	聯絡人	陳皇名
	電 話	0952-494-787	電 話	0952-494-787
	地 址	南投縣名間鄉松山村松山街		
	業務描述	<p>主要業務是在實體店面販售茶葉茶包。</p> <p>松益茶行位於南投市，松柏嶺山上一個讓您用心品茶的好地方，保持者茶不在於價位高低，只在懂得品味的人，一份平民的價位，讓您擁有超值的享受的理念。</p>		
專 題 名 稱	手作之饗 Gourmand Istore			
	工作項目	開始日期	完成日期	
	1.0 官方網站	2017/03/02	2017/05/30	
	1.1 官網建置規劃			
	(1.1.1) 網站架構設計	2017/03/02	2017/03/09	
	(1.1.2) 網站版面設計	2017/03/09	2017/03/16	
	1.2 資料蒐集及彙整			
	(1.2.1) 整理廠商資料、產品資料	2017/03/02	2017/03/31	
	1.3 程式設計			
	(1.3.1) 網站程式設計	2017/03/16	2017/04/27	
	(1.3.2) 廠商資訊上架	2017/04/27	2017/05/03	
	(1.3.3) 商品資訊上架	2017/04/27	2017/05/03	
	(1.3.4) 網站正式上線	2017/05/03	2017/05/04	
	1.4 網站測試			
	(1.4.1) 測試網站功能	2017/05/05	2017/05/07	
	(1.4.2) 校對文字	2017/05/05	2017/05/07	
	1.5 網站優化			
	(1.5.1) 關鍵字、頁面優化	每當做促銷或辦活動		
	(1.5.2) 流量分析	每當上架新商品		
	2.0 粉絲專頁	2017/01/01	2017/05/30	
	2.1 粉絲團管理			
	(2.1.1) 建立粉絲團	2017/01/01	2017/01/01	
	(2.1.1) 粉絲團資訊撰寫	2017/01/01	2017/01/05	
	(2.1.2) 回覆留言或訊息	每當有粉絲留言或私訊		
	2.2 文章撰寫			
	(2.2.1) 粉絲團文章撰寫	每週撰寫 1~3 篇		

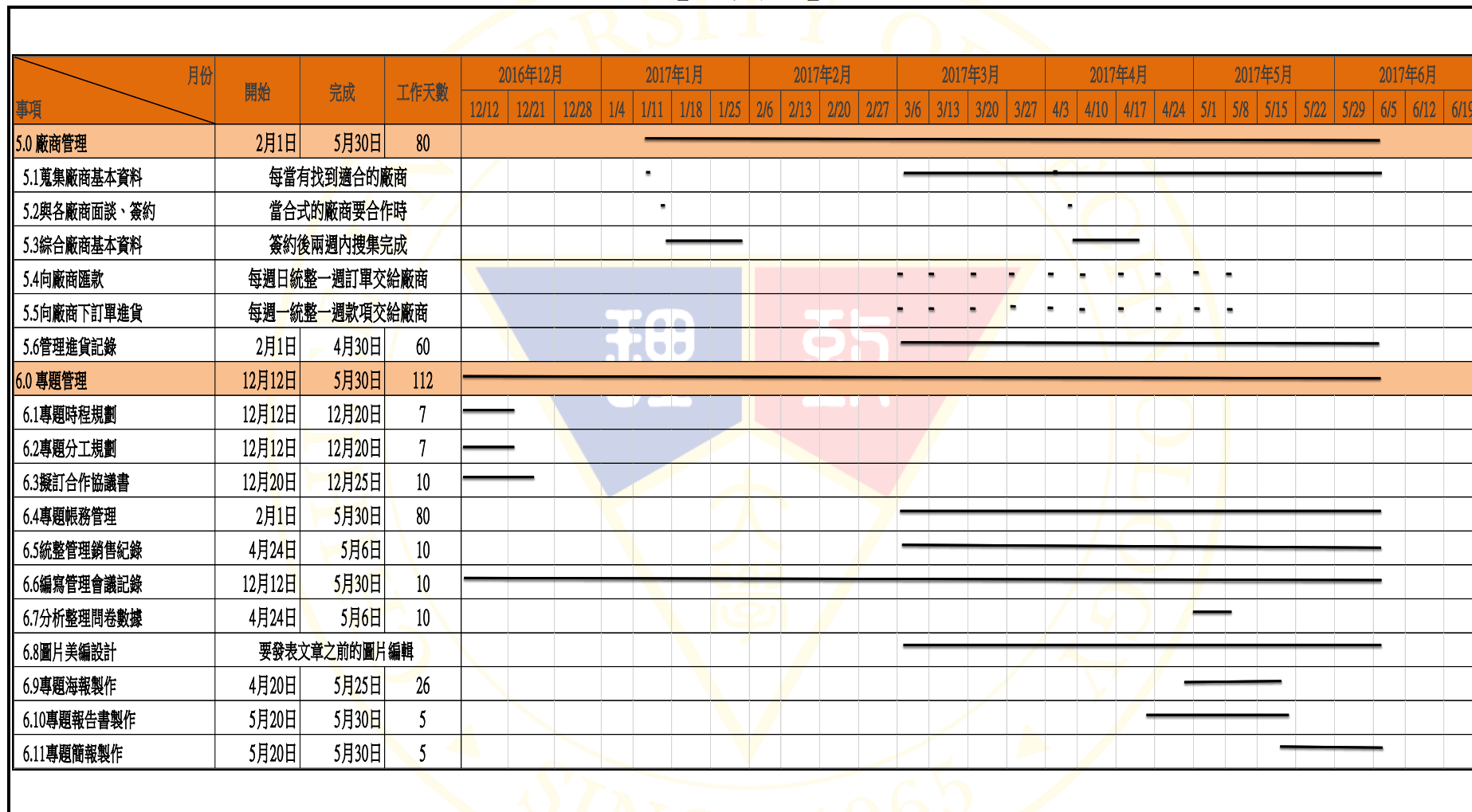
工作項目	開始日期	完成日期
2.3 文章審核、發文		
(2.3.1) 審核文章	週一審核前一週撰寫之文章	
(2.3.1) 發表文章	每週發表 1~3 篇	
2.4 粉專數據分析		
(2.4.1) 定期追蹤後台數據	每週一追蹤一次	
(2.4.2) 粉絲團後台數據分析	2017/04/24	2017/05/06
3.0 露天管理	2017/03/30	2017/05/30
3.1 露天操作與管理		
(3.1.1) 建立露天商店	2017/03/30	2017/03/30
(3.1.2) 露天商店資訊撰寫	2017/03/30	2017/04/01
3.2 文章撰寫		
(3.2.1) 露天文章撰寫	每當商品上架前一週寫一篇	
3.3 文章審核、發文		
(3.3.1) 發表文章	每當商品上架就發表一篇	
4.0 商品行銷	2017/02/01	2017/05/30
4.1 提出促銷方案		
(4.1.1) 提出促銷方案建議	每兩週提出一個行銷方案	
4.2 提出推廣活動方案		
(4.2.1) 提出活動方案建議	每月 1 號提出兩個活動方案	
4.3 促銷、活動文案編撰		
(4.3.1) 撰寫行銷文案	每當方案確定後撰寫	
4.4 行銷海報製作		
(4.4.1) 製作行銷用海報	每當活動舉辦前五日製作	
4.5 舉辦推廣活動		
(4.5.1) 舉辦活動	每月舉辦一次活動	
4.6 實问卷調查		
(4.6.1) 問卷調查	每舉辦活動就實施	
5.0 廠商管理	2017/02/01	2017/05/30
5.1 蒐集廠商基本資料		
(5.1.1) 蒐集該廠商基本資料	每當有找到適合的廠商	
5.2 與廠商面談、簽約		
(5.2.1) 與廠商約時間地點面談	基本資料蒐集完成後一日	
(5.2.2) 對進行手作之餐及作業流程說明	與廠商碰面時	
(5.2.3) 簽約動作	廠商願意合作時	
5.3 綜整廠商基本資料		
(5.3.1) 向合作廠商搜集文案、圖片、檢驗證明	簽約後兩週內搜集完成	
5.4 向廠商下訂單進貨		
(5.4.1) 聯絡合作廠商訂購商品	每週日統整一週訂單交給廠商	
5.5 向廠商匯款		
(5.5.1) 將訂購商品的款項匯給合作廠商	每週一統整一週款項交給廠商	
5.6 統整管理進貨記錄		
(5.6.1) 管理與廠商間的進貨紀錄	2017/02/01	2017/04/30

工作項目	開始日期	完成日期
6.0 專題管理	2016/12/12	2017/05/30
6.1 專題時程規劃		
(6.1.1) 規劃專題執行時程	2016/12/12	2016/12/20
6.2 專題分工規劃		
(6.2.1) 規劃專題組員分工執掌	2016/12/12	2016/12/20
6.3 擬訂合作協議書		
(6.3.1) 擬訂與合作廠商間的協議書	2016/12/20	2016/12/25
6.4 專題帳務管理		
(6.4.1) 管理專題執行期間的帳務	2017/02/01	2017/05/30
(6.4.2) 整理所有收支，製作損益表	2017/04/24	2017/05/06
6.5 統整管理銷售紀錄		
(6.5.1) 整理所有與消費者的交易紀錄	2017/04/24	2017/05/06
6.6 編寫管理會議紀錄		
(6.6.1) 編寫會議紀錄	每當開會即編寫	
(6.6.2) 管理會議紀錄	2016/12/12	2017/05/30
6.7 分析整理問卷數據		
(6.7.1) 分析整理問卷	2017/04/24	2017/05/06
6.8 圖片美編設計		
(6.8.1) 專題執行期間的圖片美編、設計	每當發表文章的圖片編輯	
6.9 專題海報製作		
(6.9.1) 製作專題海報	2017/05/01	2017/05/20
6.10 專題報告書製作		
(6.10.1) 製作專題報告書	2017/04/20	2017/05/20
(6.10.2) 校對專題報告書	2017/05/20	2017/05/25
6.11 專題簡報製作		
(6.11.1) 製作專題報告書	2017/05/20	2017/05/25
(6.12.2) 校對專題報告書	2017/05/25	2017/05/30
SINCE 1965		
指導老師簽名		日期
		106年05月04日
備註		

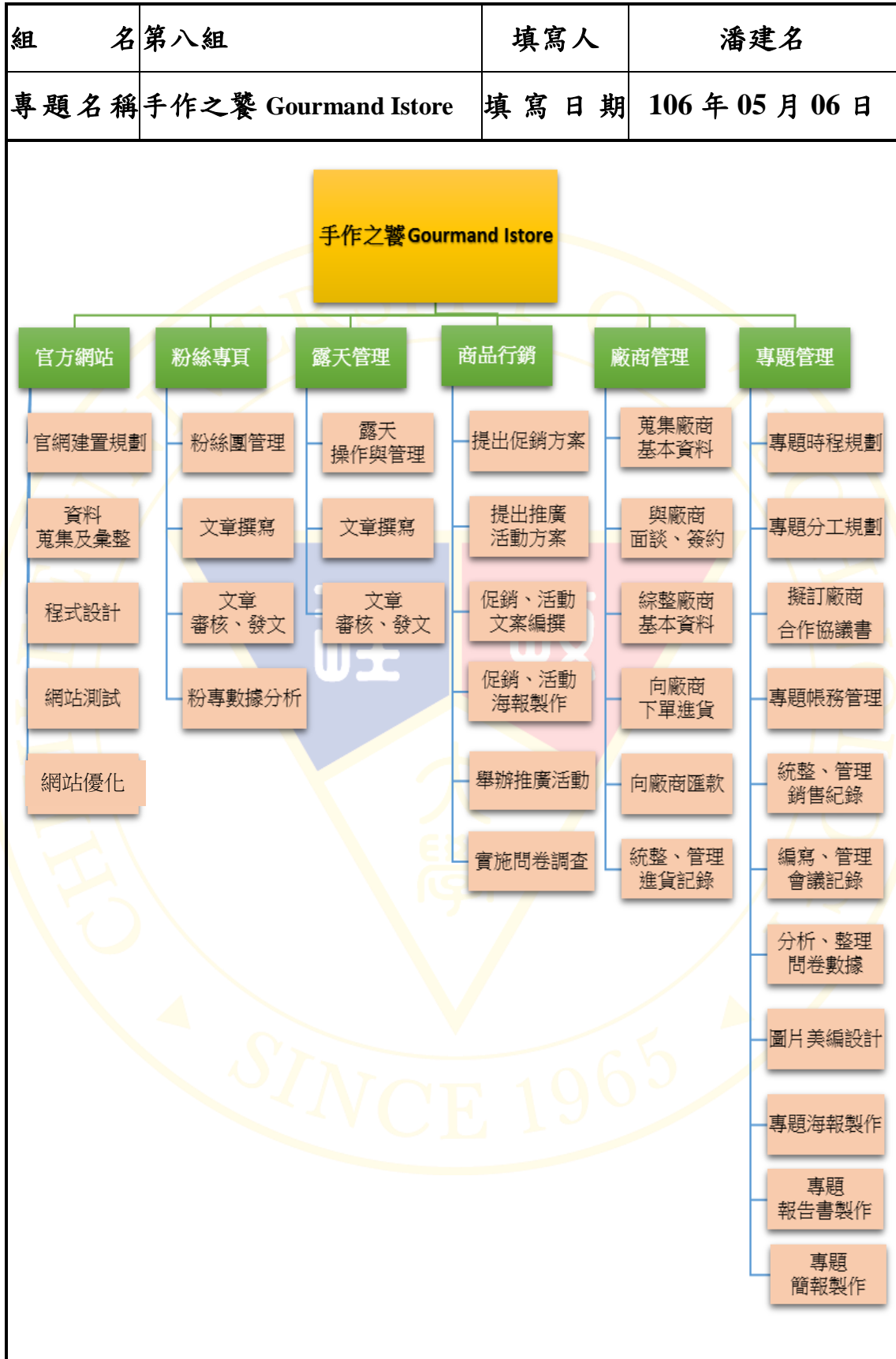
【甘特圖-1】

組名		第八組			填寫人		潘建名																								
專題名稱		手作之饗 GourmandIstore			填寫日期		106年05月06日																								
事項	月份	開始	完成	工作天數	2016年12月			2017年1月				2017年2月				2017年3月				2017年4月				2017年5月				2017年6月			
					12/12	12/21	12/28	1/4	1/11	1/18	1/25	2/6	2/13	2/20	2/27	3/6	3/13	3/20	3/27	4/3	4/10	4/17	4/24	5/1	5/8	5/15	5/22	5/29	6/5	6/12	6/19
放假日					元旦12/31~1/2 期末考试 1/9~1/14、寒假1/15~2/17 兒童節、清明節4/1~4/5 期中考4/17~4/22 端午節5/27~5/30																										
1.0	官方網站	3月2日	5月30日	61	_____																										
1.1	官網建置規劃	3月2日	3月16日	11	_____																										
1.2	資料蒐集及彙整	3月2日	3月31日	22	_____																										
1.3	程式設計	3月16日	5月4日	31	_____																										
1.4	網站測試	5月5日	5月7日	1	_____																										
1.5	網站優化	4月1日	5月30日	38	_____																										
2.0	粉絲專頁	1月1日	5月30日	97	_____																										
2.1	粉絲團管理	1月1日	1月5日	3	_____																										
2.2	文章撰寫	每週撰寫1~3篇			_____																										
2.3	文章審核、發文	週一審核撰寫之文章並每週發表1~3篇			_____																										
2.4	粉專數據分析	每週一追蹤一次洞察報告			_____																										
3.0	露天管理	3月30日	5月30日	40	_____																										
3.1	露天操作與管理	3月30日	4月1日	2	_____																										
3.2	露天文章撰寫	每當商品上架前一週寫一篇			_____																										
3.3	露天文章審核、發文	每當商品上架就發表一篇			_____																										
4.0	商品行銷	2月1日	5月30日	80	_____																										
4.1	提出促銷方案	每兩週提出一個行銷方案			_____																										
4.2	提出推廣活動方案	每月1號提出兩個活動方案			_____																										
4.3	促銷、活動文案編撰	每當方案確定後撰寫			_____																										
4.4	行銷海報製作	每當活動舉辦前五日製作			_____																										

【甘特圖－2】



【WBS 圖】



【專題成員指派表】

組名	第八組		填寫人	黃秋蓉	
專名	題稱 手作之饗 Gourmand Istore		填寫日期	106年4月29日	
組長	姓名	潘建名	優點	負責任	細心
	學號	60310173		熱心	好交友
	電話	0989-474-583	缺點	懶散	
	e-mail	wmqewncoo@gmail.com		喜歡把工作攬在自己身上	
	喜歡科目	體育	討厭科目	數學	
組員	姓名	方義德	優點	認真負責	熱心助人
	學號	60310176		積極進取	邏輯能力強
	電話	0979-239-479	缺點	缺乏耐心	時間掌握較差
	e-mail	flower1357966800@yahoo.com.tw		較無恆心	處理事情缺乏思考
	喜歡科目	數學	討厭科目	理化	
組員	姓名	黃秋蓉	優點	樂觀開朗	樂於助人
	學號	60310131		隨和	善良的心
	電話	0932-230-006	缺點	粗心健忘	喜歡放空
	e-mail	grace.huang@liteon.com		心太善良	
	喜歡科目	體育、數學	討厭科目	程式設計	
組員	姓名	江昱芸	優點	善良	
	學號	60310182		熱心助人	
	電話	0977-213-426	缺點	記性差	碎碎念
	e-mail	wendch0808@yahoo.com.tw		不愛讀書	懶惰
	喜歡科目	美術	討厭科目	數學	
組員	姓名	林怡君	優點	懂得愛自己	善良大方
	學號	60310108		熱心助人	
	電話	0903-137-201	缺點	腿短	
	e-mail	ox661915cake@yahoo.com.tw		有近視	
	喜歡科目	網頁設計	討厭科目	會計	
組員	姓名	詹宜君	優點	獨立自主	富想像力
	學號	60310148		行動派	樂觀
	電話	0985-419-537	缺點	固執	衝動派
	e-mail	pisces0976145627@gmail.com		不易妥協	好強
	喜歡科目	體育、法律	討厭科目	電腦相關科目	

【專題工作分配表】

組名		網路行銷		填寫人		潘建名		
專題名稱		手作之饗 Gourmand Istore		填寫日期		106年04月24日		
大綱	項次	工作項目	負責人員					
			潘建名	方義德	黃秋蓉	江昱芸	林怡君	詹宜君
官方網站	1	官網建置規劃	R	S		S	S	
	2	資料蒐集及彙整	R	S				
	3	程式設計	R	S		S	S	
	4	網站測試	S	S	R			
	5	網站優化	R	S				
粉絲團專頁	1	粉絲團管理		S		S		R
	2	文章撰寫	S	R		S	S	S
	3	文章審核、發文	S	S		S		R
	4	粉絲團數據分析		S		S		R
露天管理	1	露天操作與管理	S				R	
	2	文章撰寫		R		S	S	
	3	文章審核、發文	S	S		S	R	
商品行銷	1	提出促銷方案	S	R		S		S
	2	提出推廣活動方案	R		S		S	
	3	促銷、活動文案編撰	R		S		S	
	4	行銷海報製作			S	R		S
	5	舉辦推廣活動	S	S	S	S	S	R
	6	實问卷調查	S		S		R	S
廠商管理	1	蒐集廠商基本資料	誰發現廠商該組員就負責蒐集					
	2	與各廠商面談、簽約	R		S			S
	3	整合廠商基本資料	R		S			S
	4	統整管理進貨記錄	R		S			S
	5	向廠商下訂單進貨	R		S			S
	6	向廠商匯款	S		R			
專題管理	1	專題時程規劃	R	S	S			
	2	專題分工規劃	R	S	S			
	3	擬訂合作協議書	R		S			S
	4	專題帳務管理	S		R		S	
	5	統整管理銷售紀錄	R		S			
	6	編寫管理會議記錄	S	R				
	7	分析整理問卷數據			S		R	S
	8	圖片美編設計			S	R		S
	9	專題海報製作			S	R		S
	10	專題報告書製作	R	S	S	S	S	S
	11	專題簡報製作	R	S	S	S	S	S

R:負責 S:協助

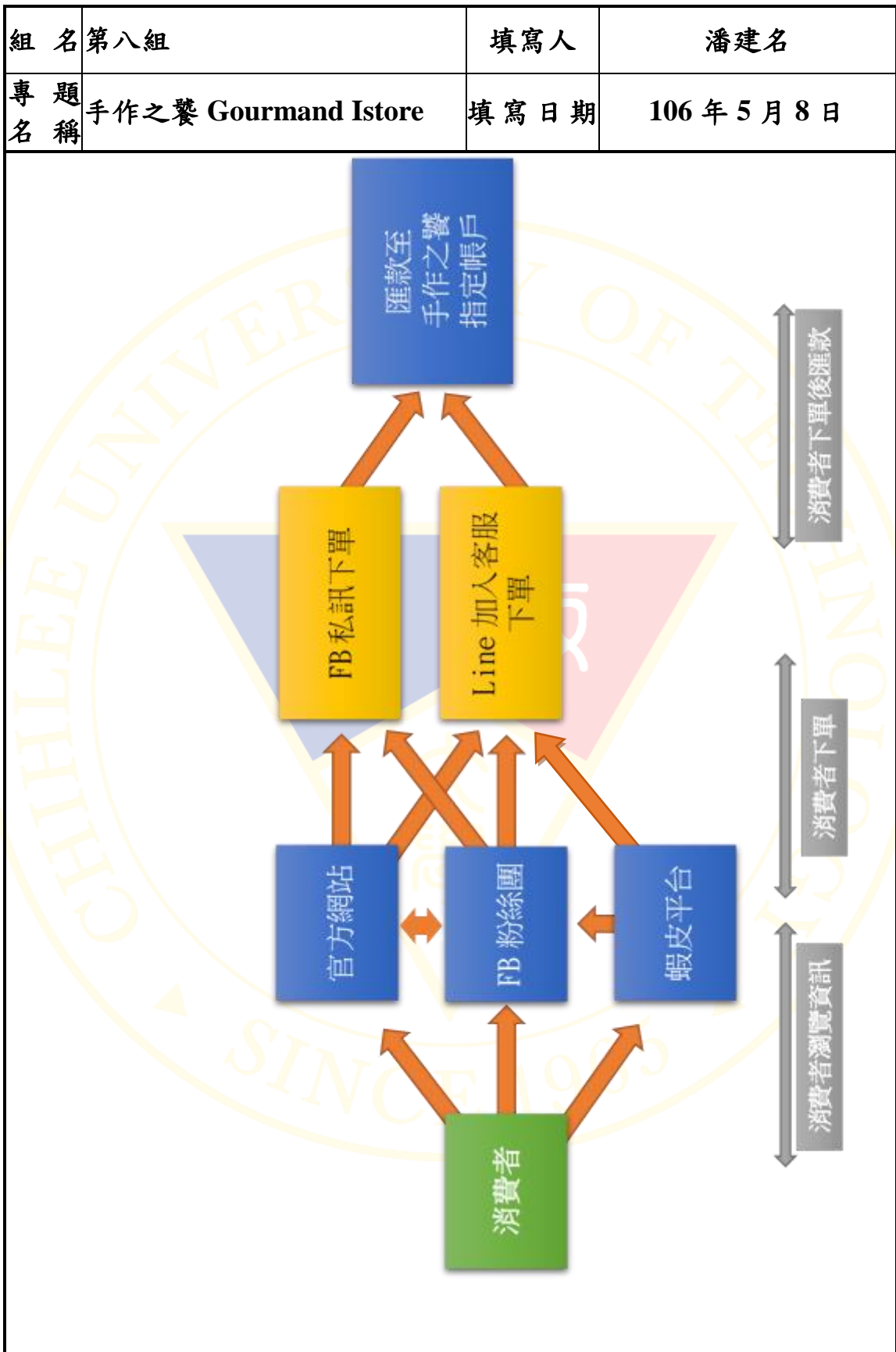
【訪談計劃表】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年05月06日
招商前	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟知商城設立目的、運作模式及合作內容。 2. 熟知備忘錄各項記述項目，以利建立商家基本資料。 3. 依自己負責的品項進行網路搜尋（以校區周邊5公里內之商家為優先），建立預定合作商家清單。 4. 出外訪商應確實調整自己出訪的心態，因為被商家拒絕是屬於正常的情況，不可因此氣餒。 		
招商期間	第一次訪商	<ol style="list-style-type: none"> 1. 應充分向廠商說明商城為手工食品的平台，是為商家提供品牌曝光及推廣銷售機會。 2. 有關團隊運營的商業模式，例如金流、物流管理等，應做簡單介紹，使商家了解我們的運作模式。 3. 需討論的事項有： <ol style="list-style-type: none"> (1) 多少量可免運或是多少量可送一 (2) 能給我們多少折扣作為進貨價 (3) 出貨的時間 	
	第二次訪商	<ol style="list-style-type: none"> 1. 第二次訪商由組長主談並對商家前次訪談所提疑議，提出詳細說明與解釋。 2. 在討論商品進貨價格時，商家若提出商品價格高於9折價時，我方應委婉的向商家說明商城的公益屬性及其必要支出的負擔，以取合作機會。表達後若仍無法獲得共識，則終止第二次會談。 	
確定合作	<ol style="list-style-type: none"> 1. 應主動協請商家提供資料表、商城商品上架申請書、上架商品圖片、商品簡介文案等資料。 2. 確認商家對口負責人及連絡方式，以利後續訂單連繫、商品出貨與貨款結算等後續事宜。 		

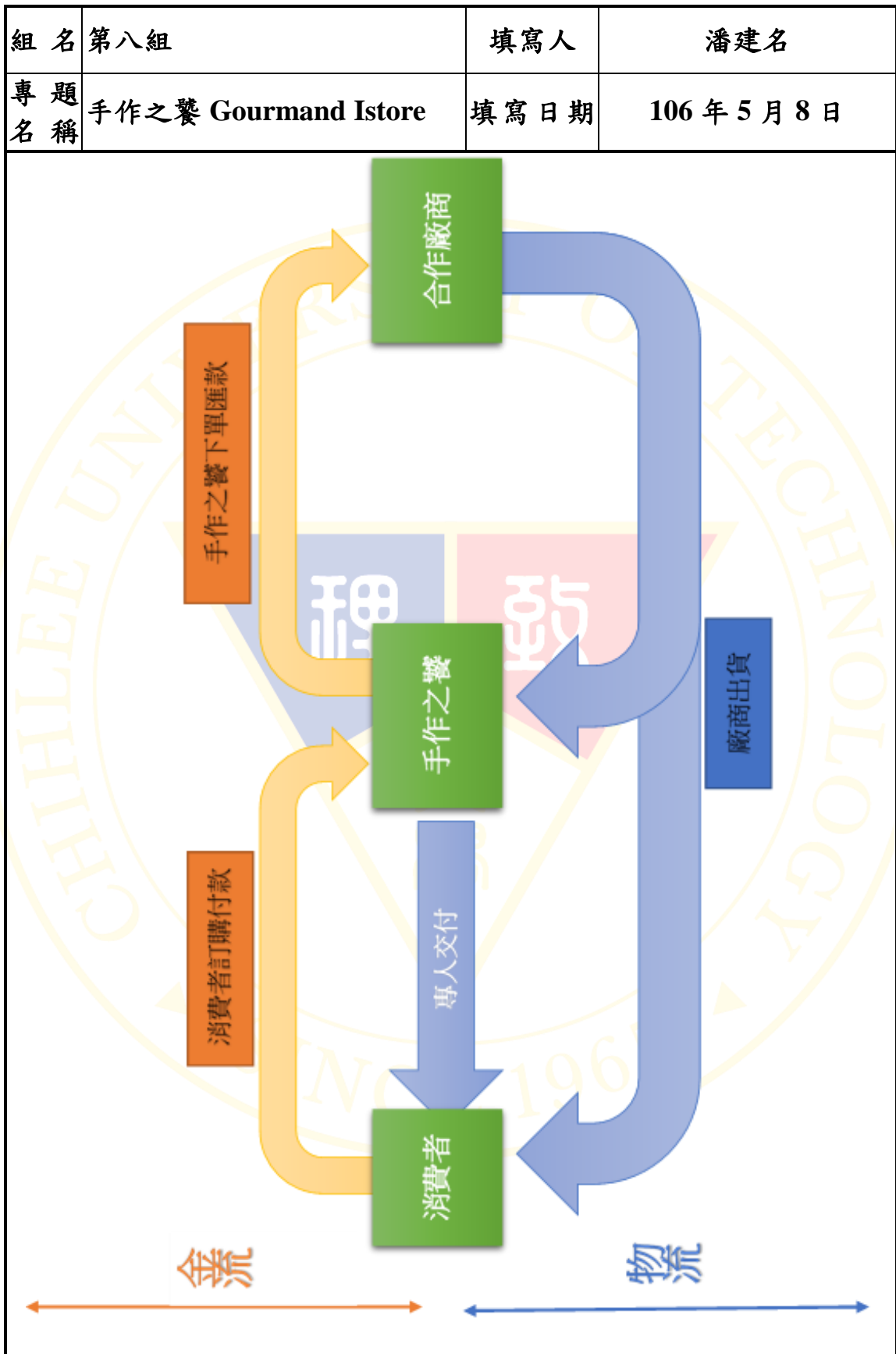
【訪談紀錄表】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年05月06日
<p><挑嘴松鼠></p>			
第一次洽談 1月8日 (電話聯絡)	<p>1. 向負責人說明： 手作之饗為手工食品的平台，能夠他提供品牌曝光及推廣銷售機會。團隊運營的金流、物流作業方式及流程。</p>		
第二次洽談 1月20日 (咖啡廳面談)	<p>1. 討論的結果： (1) 訂購滿千免運，沒滿千全台運費 80。 (2) 給予焦糖綜合堅果 NT.158 批發價 原味綜合堅果 NT.135 批發價 (3) 每週日下單，週一製作並寄出，週二結款，最晚週三之前可到貨。 (4) 以郵局匯款的方式結款。</p>		
<p><花田喜></p>			
第一次洽談 3月20日 (電話聯絡)	<p>1. 向負責人說明： 手作之饗為手工食品的平台，能夠他提供品牌曝光及推廣銷售機會。團隊運營的金流、物流作業方式及流程。</p>		
第二次洽談 3月25日 (到店家工廠)	<p>1. 討論的結果： (1) 訂購滿兩千免運，沒訂滿兩千運費 NT.120。 (2) 給予爆米花 NT.120 批發價。 (3) 每週日下單，週一製作並寄出，週二結款，最晚週三之前可到貨。 (4) 以銀行匯款的方式結款。</p>		
<p><松益茶行></p>			
第一次洽談 3月14日 (電話聯絡)	<p>1. 向負責人說明： 手作之饗為手工食品的平台，能夠他提供品牌曝光及推廣銷售機會。團隊運營的金流、物流作業方式及流程。</p>		
第二次洽談 3月25日 (到店家工廠)	<p>1. 討論的結果： (1) 給予蔗香烏龍茶 NT.200 批發價。 (2) 每週三下單，週四製作並寄出，週五結款，最晚下週一之前可到貨。 (3) 以郵局匯款的方式結款。</p>		

【消費者操作流程圖】



【物流金流作業流程圖】



【活動海報-1】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年5月15日

<堅果推廣海報>

手作 GOURMAND

FREE SAMPLE
免費試吃

低溫烘焙堅果其特色就是爽脆和清甜
不加奶油，無添加物，無負擔的好食物！

粉絲團

Gourmandistore

PICKY SQUIRREL

【活動海報-2】

<爆米花推廣海報>

FREE SAMPLE

嚴選日本原裝進口天然海藻糖製作

花田喜爆米花不油不膩的好滋味值得您來品嚐

號良
SHUO RANG

花田喜
FLOWER HAPPY

f

【活動海報-3】

<茶包推廣海報>



【活動海報-4】

<手作之饗介紹海報>

手作之饗

手工的美食永遠是最溫暖的

挑嘴松鼠
綜合堅果

花田喜
爆米花

松益茶行
蔗香烏龍茶包

我們是致理科大的大三學生
為了因應學校的專題
我們成立了手作之饗這個團隊
我們的使命是讓更多人能夠品嚐
在地食材的手作好滋味

The poster features a dark background with white hand-drawn borders and text. It includes images of a nut bag, popcorn, a tea bag, a cup of coffee, and a QR code. The text is written in a casual, hand-drawn style.

【開發系統工具清單】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年05月06日

《軟體需求》

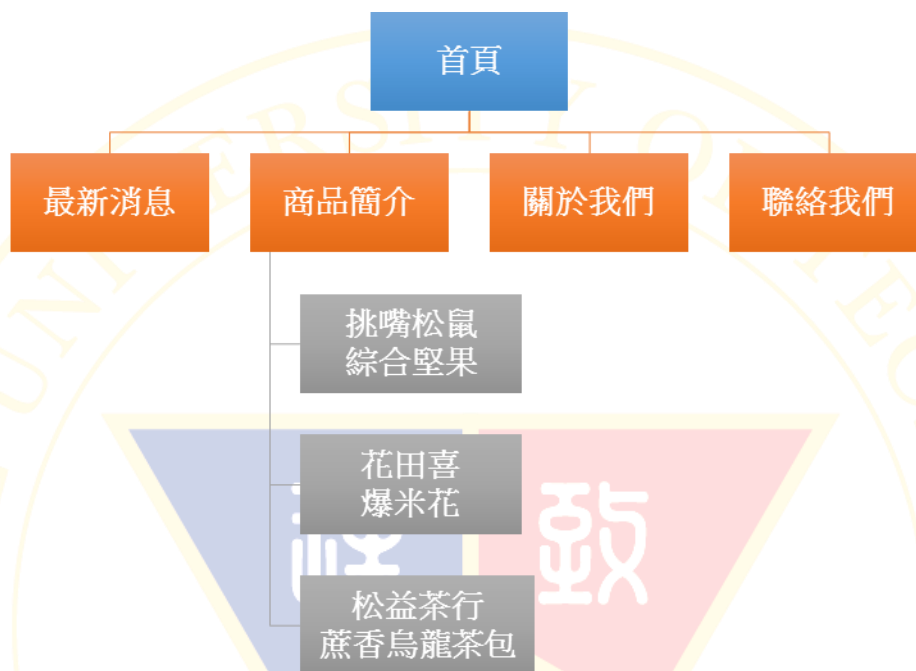
網站、網頁	美工軟體	文書軟體	簡報軟體
Sublime Text 編寫程式的工具 FileZilla 檔案傳輸工具	Adobe Photoshop illustrator 為編修圖檔的工具	Microsoft 2007 Word、Excel 製作書面文件及 相關圖表	Microsoft 2007 Powerpoint 製作報告簡報
作業系統	程式語言	行銷工具	通訊軟體
Windows 7 Linux(centos)	HTML Javascript CSS Bootstrap	FB 粉絲團 露天購物平台 Google Analytics Google 網站分析 工具 Chatisfy FB 自動回應機器人	Line FB 粉絲團

《硬體需求》

電腦主機、滑鼠、鍵盤、數據機

【網站架構】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專名 題稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年05月03日



網站頁面分成四個區塊：

- 1、首 頁：此頁面為產品與廠商的小圖與簡短的文字敘述。
- 2、最新消息：此頁面為手作之饗的近期活動佈告區。
- 3、商品簡介：此頁面為的廠商與商品的詳細介紹。
- 4、關於我們：此頁面為團隊的源起、目標敘述及活動花絮照片。

若點擊聯絡我們的按鈕，會連結至手作之饗的FB粉絲專頁。

【網站藍圖－1】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年5月8日

每個頁面左上角放置 logo 的圖，點擊可回首頁。

每個頁面的最下方都有手作之饗的聯絡資訊及 FB 的 QRcode。

每個頁面右上角放置四個按鈕，分別的功能為：

【首頁】連結至首頁。

【最新消息】連結至最新消息頁面。

【商品介紹】為下拉選單，可選擇各商品名稱，連至其對應的頁面。

【關於我們】連結至關於我們頁面。

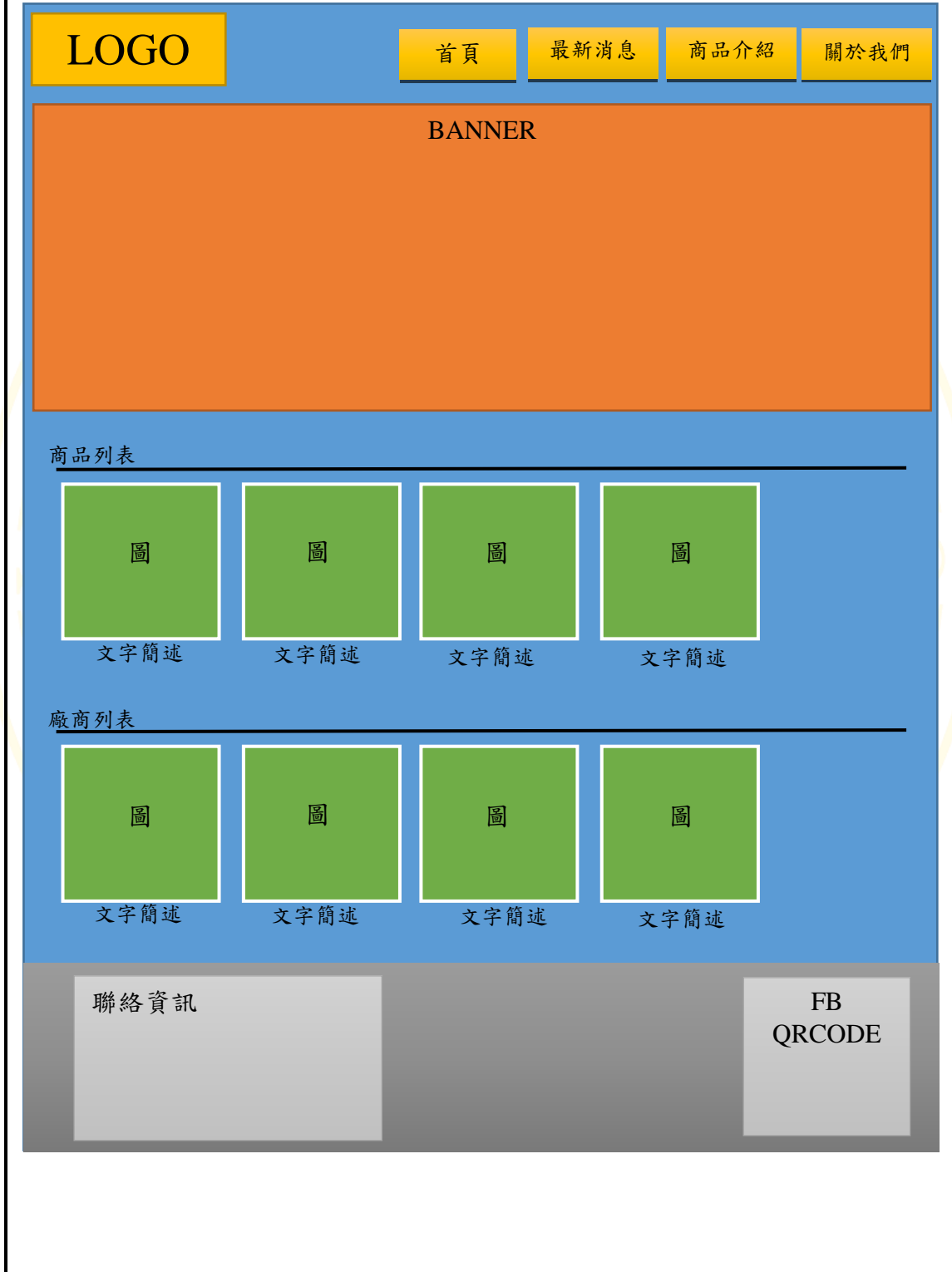


【網站藍圖－2】

<首頁>

頁面上方會顯示一張手作之饗的 Banner。

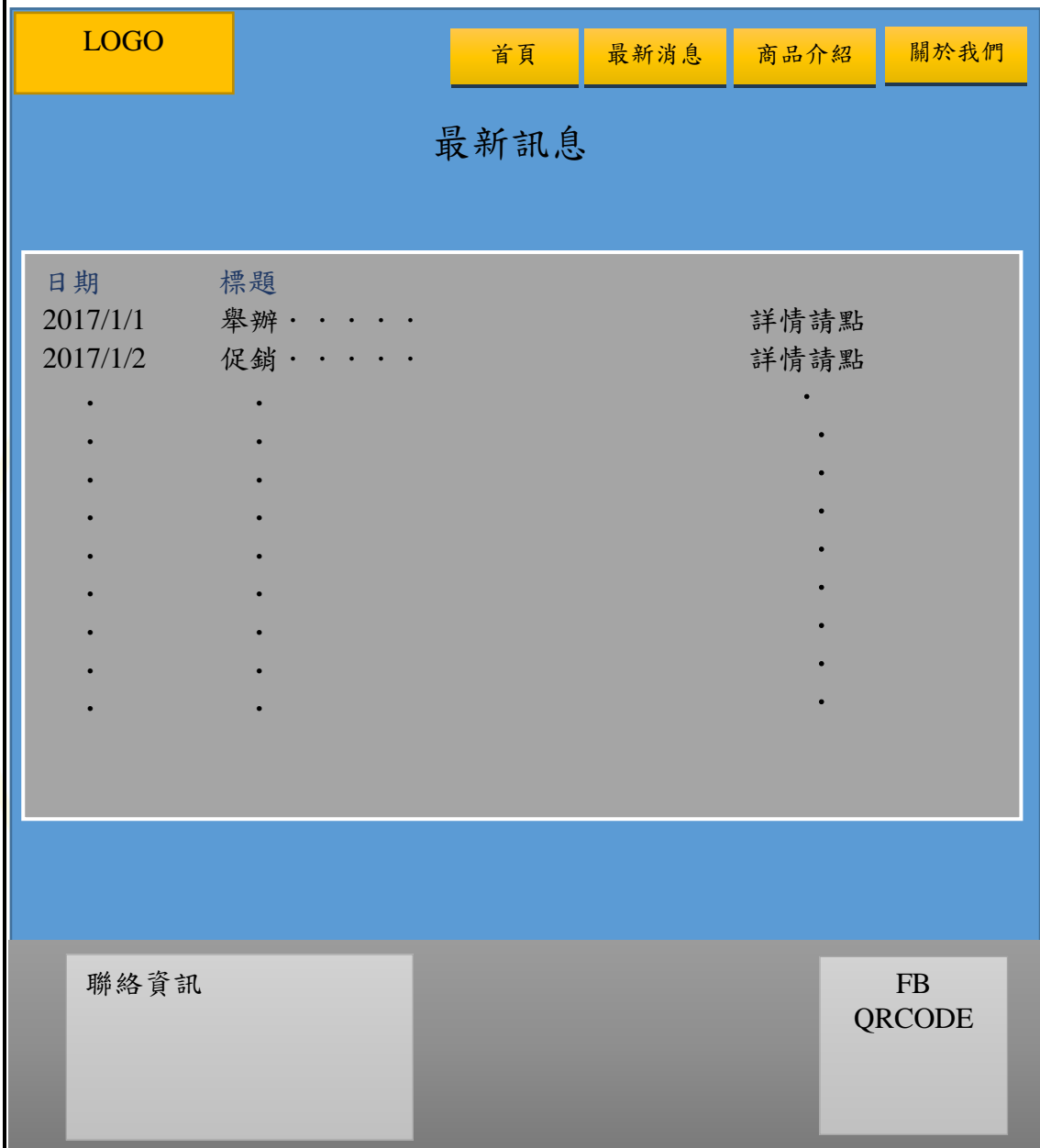
下方會有商品的列表與廠商的列表。



【網站藍圖—3】

<最新消息>

點選【最新消息】按鈕後會連結至最新消息頁面。
最新消息頁面內會顯示手作之饗近期內舉辦的活動及促銷。

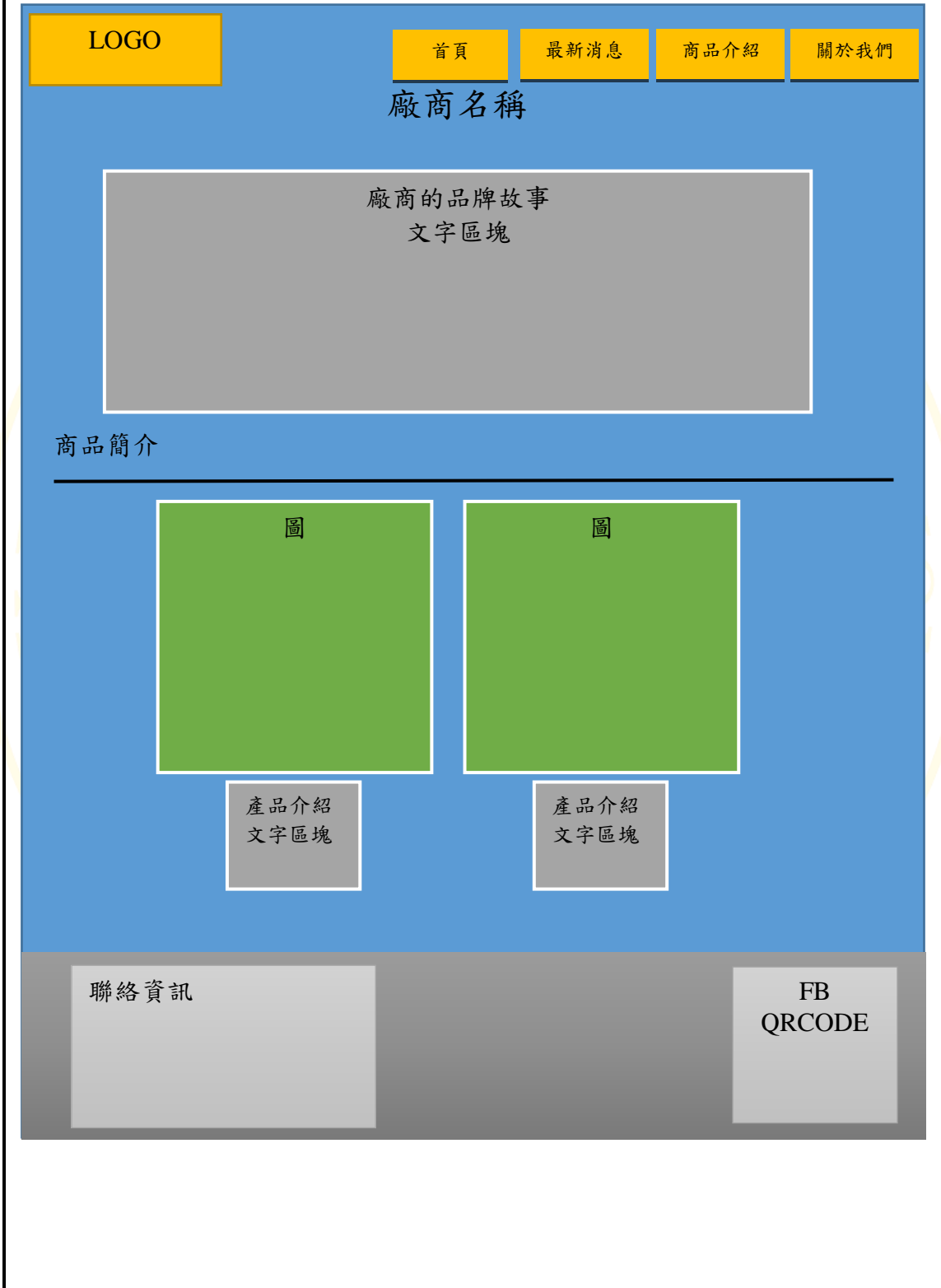


【網站藍圖 -4】

<商品簡介>

點選【商品介紹】按鈕後會連結至商品簡介頁面。

商品簡介頁面內會顯示該商品生產商的資訊及商品資訊。

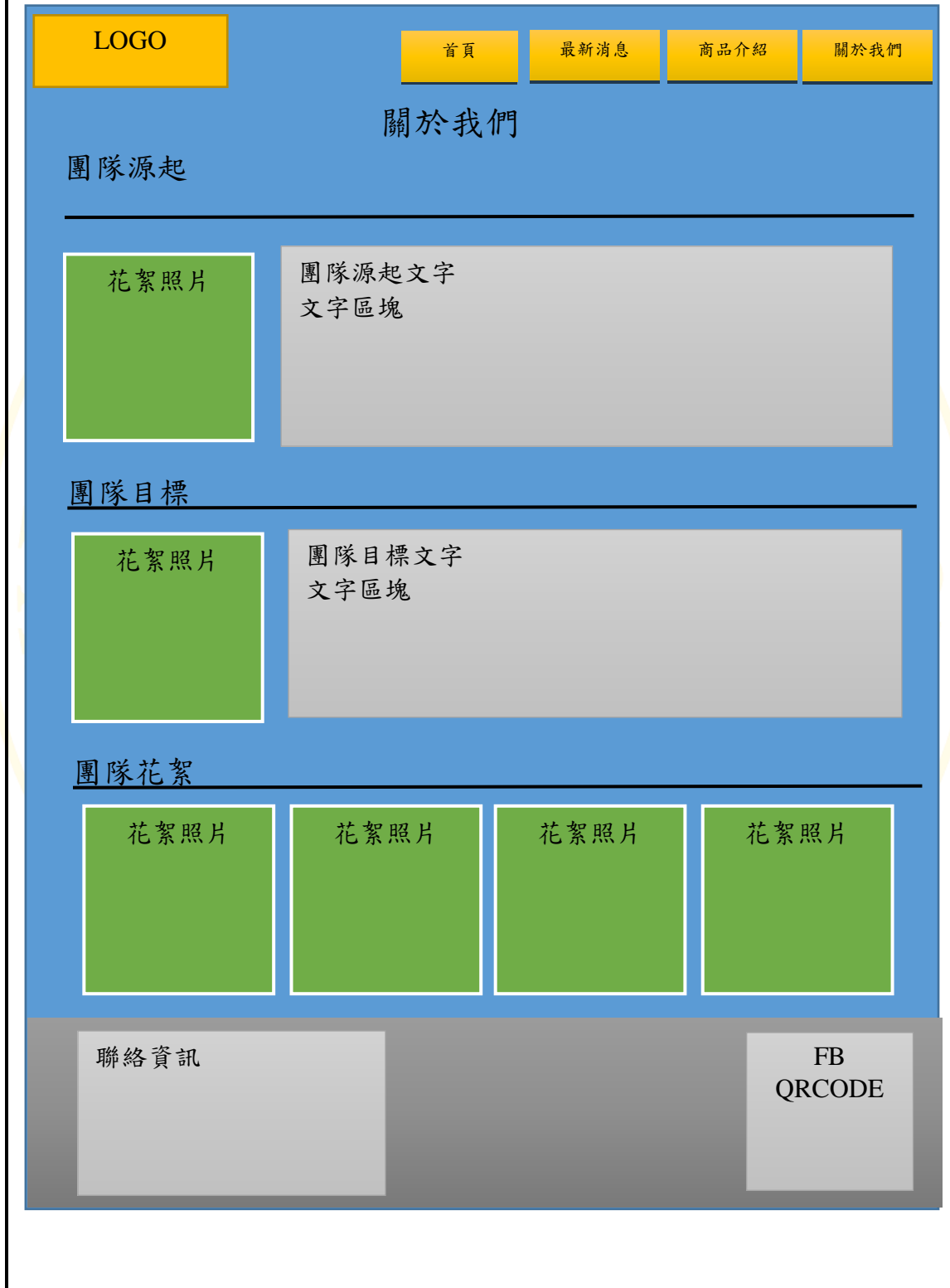


【網站藍圖－5】

<關於我們>

點選【關於我們】按鈕後會連結至商品簡介頁面。

關於我們頁面會顯示團隊的源起、目標，以及團隊的花絮照片。



【實際網站頁面-1】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專名	題稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期 106年05月03日

<首頁>



商品簡介



挑嘴松鼠_綜合堅果



花田喜_爆米花



松益茶行_原香烏龍茶

可購商品陳展區



奶油鹹爆米花

\$180



墨西哥辣味爆米花

\$180



巧達起司爆米花

\$180



魚糖堅果

\$210

「手作之饗」近期活動資訊

與教授討論合作備忘錄撰寫內容

106/12/21(三)



陳教授與組員們在研究室內，共同討論與協力廠商簽訂「合作備忘錄文件」相關內容，並指導團隊招商注意事項。

新北新埔站三樂廣場堅果試吃活動

106/03/04(六)



團隊在新北新埔站三樂廣場舉辦堅果試吃活動，第一次試吃活動我們遇到了一些困難，不過到底後我們還是圓滿成功。

與爆米花協力廠商簽訂合作備忘錄

106/03/25(六)



團隊前往台中與爆米花廠商簽訂合作備忘錄，廠商姐姐人超好，不僅簽約順利，還介紹我們去吃當地的美食料理。

校區內辦理爆米花試吃及問卷調查

106/04/15(六)



團隊在校區內辦理爆米花試吃活動及問卷調查，受到同學熱烈支持與鼓勵，讓我們對於商機未來的發展充滿信心。



協力廠商資訊
挑嘴松鼠
花田喜
松益茶行

總店資訊及服務時間
地址: 新北市板橋區文化路一段31號(板橋科技大學)
郵政信箱: 20
電話: 0929-474583
服務時間: 週一~週五 10:00 ~ 17:30 (國定例假日休息)

手作之饗粉絲團專頁

手作之饗 QRcode



版權所有 © 2016 手作之饗商品推廣工作室

【實際網站頁面—2】

<最新消息>



首頁 [最新消息](#) [商品簡介](#) [關於我們](#) [聯絡我們](#)

最新公告訊息

最新消息.....

歡慶母親節活動時間4/28~5/6 蔗香烏龍立體茶包特價囉!

發布日期: 106/4/27(三)

[我要訂購](#)

沖泡後你可以聞到一股香甜的味道，彷彿是甘蔗甜又像是蜂蜜甜；茶湯顏色金黃透亮，入口以後韻味厚實回甘。母親節特別促銷4/28~5/6期間購買只要 NT\$249/包。

4月18日中午 花田喜-爆米花試吃活動來囉~~

發布日期: 106/4/15(六)

[活動訊息](#)

追劇必備"花田喜爆米花"將於4/5~4/20大促銷。

發布日期: 106/4/5(三)

[我要訂購](#)

快~嚐鮮! 我們推出的新商品「蔗香烏龍茶包」、「爆米花」上架囉.....!!

發布日期: 106/3/27(一)

[我要訂購](#)

號外! 號外! ~~~ 堅果強力促銷中...欲購從速囉!!!

發布日期: 106/3/7(二)

[我要訂購](#)

挑嘴松鼠的綜合堅果即將在3月5日舉辦試吃活動~~

發布日期: 106/3/4(六)

[活動訊息](#)

徵求協力廠商加入! 我們誠摯歡迎您的加入, 讓我們共創雙贏.....。

發布日期: 106/2/27(一)

[聯絡我們](#)

fb 手作之饗粉絲專頁



你和其他 3 位朋友都說這個讚



手作之饗
7 小時前

「僅此一波, 錯過可惜」

歡慶母親節與網路商城新開幕

媽媽您真偉大組合

蔗香烏龍立體茶包+原味綜合堅果..... 更多

母親節特惠組



協力廠商資訊

挑嘴松鼠
花田喜
松益茶行

連絡資訊及服務時間

地址: 新北市板橋區文化路一段313號(啟理科技大學)
郵遞區號: 220
客服電話: 0989-474583
服務時間: 週一~週五 10:00 ~ 17:30 (國定例假日休息)

手作之饗粉絲專頁

手作之饗 QRcode



版權所有 © 2016 手作之饗商品推廣工作室。

【實際網站頁面-3】

<商品簡介-挑嘴松鼠>



首頁 最新消息 商品簡介 關於我們 聯絡我們

挑嘴松鼠~綜合堅果



挑嘴松鼠工作室是由三個熱愛大自然及戶外運動的大男生所創立，最初會接觸到堅果是因為其營養價值高，適合作為運動員補充營養的良好食品。深入研究後，更驚訝堅果營養價值之豐富且對人體有許多好處，於是便決定開始販售堅果。以不額外添加其他食用油為原則製作，幾經嘗試之後，我們推出了原味及焦糖兩種口味並正式販售，挑嘴松鼠於2014年正式誕生。

我們的堅果採用低溫烘焙，相較於高溫油炸，保留了較多的養分。目前提供四種堅果：【榛果】【杏仁果】【核桃】【夏威夷果】包裝內含焦糖口味的夏威夷果、核桃、腰果及杏仁，四種堅果讓您一次滿足！

商品簡介



焦糖堅果

\$210

焦糖堅果是嚴選台灣一次結晶砂糖，慢火熬製成琥珀色焦糖漿，巧妙的結合了爽脆和清甜兩個優點。重量：180g/包；保存期限三個月。



原味堅果

\$190

原味綜合堅果，它擁有淡淡的香味，是個能帶給您健康的小甜點。重量：180g/包；保存期限三個月。

您可能喜歡的商品



茶香烏龍茶



原味甜心爆米花



蜂蜜芥末爆米花



巧克力爆米花



焦糖爆米花

商品訂購方法

1. 有意選購者，請到 [手作之饗FB粉絲專頁](#) 私訊我們並留下訂購商品名稱、口味、數量、收件人姓名、地址及連絡電話。
2. 為了確保食品新鮮，我們的商品都是接單後才進行生產。因此，顧客必須先付款後訂單才會生效，造成不便尚祈見諒。



協力商家資訊

挑嘴松鼠
花田喜
松益茶行

連絡資訊及服務時間

地址 新北市板橋區文化路一段313號(政理科技大學)
郵遞區號 220
客服電話 0989-474583
服務時間 週一~週五 10:00 ~ 17:30 (國定例假日休息)

手作之饗粉絲專頁

手作之饗 QRcode



【實際網站頁面-4】

<關於我們-花田喜>



首頁 最新消息 商品簡介 關於我們 聯絡我們

花田喜~爆米花



「花田喜_爆米花」是來自田園鄉村最原始的喜悅，嚴選上等食材原料製作，在製作流程上秉持著健康、環保的理念並特別講求作品層層美味口感，而且製成品不油、不膩的好滋味非常值得您來品嚐，期待舊雨新知都能來好好體驗這經典、單純的幸福。
目前首波強勢產品爆米花，一共推出三款旋轉木馬、伊甸園、FAMILY精緻可愛的方形包裝，這次的包裝設計突破了以往傳統思維又帶有現代不拘俗套的精神。在這裡偷偷的、小聲的告訴您—吃完爆米花之後，還可以把它包裝罐留下來當成大大的存錢筒囉...如果您是有這樣需求的朋友，在訂購商品時可以指定包裝罐的樣式，而我們也將配合您的需要，讓它成為您最想要的禮盒。

商品簡介

甜味爆米花---



原味甜心爆米花

\$180

成分非基因改造玉米粒、棕櫚油、椰子油、糖、β胡蘿蔔素、食用香料。
容量 2100ml±50ml。
保存方式請放置於乾燥陰涼處。
保存期限 45天。



蜂蜜芥末爆米花

\$180

成分非基因改造玉米粒、棕櫚油、椰子油、海鹽糖、β胡蘿蔔素、食用香料。
容量 2100ml±50ml。
保存方式請放置於乾燥陰涼處。
保存期限 45天。



巧克力爆米花

\$180

成分非基因改造玉米粒、棕櫚油、椰子油、糖、β胡蘿蔔素、食用香料。
容量 2100ml±50ml。
保存方式請放置於乾燥陰涼處。
保存期限 45天。



焦糖爆米花

\$180

成分非基因改造玉米粒、棕櫚油、椰子油、糖、β胡蘿蔔素、食用香料。
容量 2100ml±50ml。
保存方式請放置於乾燥陰涼處。
保存期限 45天。

鹹味爆米花---



奶油鹹爆米花

\$180

成分非基因改造玉米粒、棕櫚油、椰子油、糖、β胡蘿蔔素、食用香料。
容量 2100ml±50ml。
保存方式請放置於乾燥陰涼處。
保存期限 45天。



墨西哥辣味爆米花

\$180

成分非基因改造玉米粒、棕櫚油、椰子油、糖、β胡蘿蔔素、食用香料。
容量 2100ml±50ml。
保存方式請放置於乾燥陰涼處。
保存期限 45天。



巧達起司爆米花

\$180

成分非基因改造玉米粒、棕櫚油、椰子油、糖、β胡蘿蔔素、食用香料。
容量 2100ml±50ml。
保存方式請放置於乾燥陰涼處。
保存期限 45天。

您可能會喜歡的商品



焦糖堅果



原味堅果



甜香烏龍茶

招商中

招商中

商品訂購方法

1. 有意購者，請到 [手作之饗FB粉絲團](#) 私訊我們並留下訂購商品名稱、口味、數量、收件人姓名、地址及連絡電話。
2. 為了確保食品新鮮，我們的商品都是按單後才進行生產。因此，顧客必須先付款後訂單才會生效，造成不便尚祈見諒。
3. 爆米花包裝罐分為三種旋轉木馬、伊甸園、family，有需要的朋友可以在訂購時加註您想要的包裝罐類型，我們將配合您的需求裝罐寄發。



協力廠商資訊
批發試吃
花田喜
松益茶行

總發售訊及服務時間
地址：新北市板橋區文化路一段303號 (板橋科技大學)
郵政信箱：220
電話：0989-474583
服務時間：週一至週五 10:00 ~ 17:30 (國定例假日休息)

手作之饗粉絲團
手作之饗 QR Code



版權所有 © 2016 手作之饗商品推廣工作室

【實際網站頁面-5】

<關於我們-花田喜>



首頁 最新消息 商品簡介 關於我們 聯絡我們

松益茶行~蔗香烏龍茶



松益茶行_蔗香烏龍茶是「日午採」的茶，以細心烘培的功夫茶製作成三角立體茶包。細聞茶乾，可聞到一股甜甜的味道，沖泡後沖入沸水至滿杯後再覆上杯蓋，在靜置6分鐘後（條型茶5分鐘、白毫烏龍茶5.5分鐘、球型茶6分鐘），茶湯顏色金黃透亮，飄出來的那股甜味，彷彿像甘蔗甜，又像是蜂蜜甜，似乎又帶有點果香味，喝起來的感覺非常的厚實、回甘。

各位朋友~享受生活，就從喝好茶開始。手工烘培的蔗香烏龍茶包，它有別於市面上看到的茶包、茶粉，這個茶包則是完全由整片的茶葉組成，一年只採收春冬兩季，茶性鮮明，茶水清澈，帶有淡淡茶香，甘醇度比一般茶更好，因為是限量的茶葉，請好好把握這次機會，可千萬不要錯過了!!

商品簡介



蔗香烏龍茶

\$300

茶樹品種：四季春茶。
發酵程度：半發酵。
焙火程度：五分焙火。
產地環境：南投名間鄉八卦山麓末端。
松柏嶺地段：海拔高度約450公尺。
土質水源：紅土、松柏嶺地下水。
採收季節：2016年冬作。
每個茶包：3公克重。

您可能會喜歡的商品



焦糖堅果



原味堅果



奶油鹹爆米花



墨西哥辣味爆米花



巧達起司爆米花

商品訂購方法

1. 有意選購者，請到 [手作之饗FB粉絲專頁](#) 私訊我們並留下訂購商品名稱、數量、收件人姓名、地址及連絡電話。
2. 本商品屬限量銷售，顧客必須先付款後我們才能為您保留、優先出單，因此造成不便之處尚祈見諒。



協力商家資訊

挑嘴松鼠
花田喜
松益茶行

連絡資訊及服務時間

地址：新北市板橋區文化路一段313號 (政理科技大學)
郵遞區號：220
客服電話：0989-474583
服務時間：週一~週五 10:00 ~ 17:30 (國定例假日休息)

手作之饗粉絲專頁

手作之饗 QRcode



【實際網站頁面-6】

<關於我們-花田喜>



首頁 最新消息 商品簡介 關於我們 聯絡我們

關於我們



團隊的誕生與成長



我們是一群「政理科技大學」大學三年級的學生，校方要求我們必須在畢業之前，完成學校的這個專題作業。在經過專任教授的指導之下，我們在105年12月14日成立了「手作之饗」這個工作團隊並展開為期近三個月的籌備工作。在這段期間，我們總共召開了5次籌備會議及多次的工作協調會並進行招商作業，經過大家共同的努力，終於讓我們的商店在106年2月27日正式上線試營運。

為了推廣這個商店，我們所有成員現在都常常利用課餘的時間持續對外招商，想辦法讓我們銷售的商品能推廣到更多一些。除此之外，為了達到校方所規定的營運目標，我們還不定期的在校區、捷運站等人潮比較多的地方，辦理商品試吃活動及推出各式優惠專案吸引顧客，希望能藉由這樣的活動，讓更多的人能認識我們、支持我們，而我們也能讓他們品嚐到更多的台灣手作美食。

我們的目標

「在地食材」、「手工製作」的台灣古早味美食，是普遍讓大眾喜愛和懷念的。這些商品分佈在台灣鄉村的各個角落，它~是我們特產的零食，也是我們兒時的回憶。

對於台灣美食資訊的獲得，我們往往受到居住地和地域的影響，所知道的大概都是片段、不完整的。大多都是經由長輩旅遊購買帶回、朋友送禮或同儕的分享而得，要想專程去買來吃，想想~這都不是件太容易的事情。

為了滿足大眾對台灣傳統美食的喜好，我們期望~透過我們「手作之饗」的推廣、代購，可以讓更多的人能品嚐到台灣在地~這地的好美味~。



我們所做的努力

團隊成員每週參加課後會議，定期舉辦產品試吃會，並積極尋求校內外資源合作機會，舉辦商品試吃活動，推廣商品資訊，並積極尋求校內外資源合作機會，舉辦商品試吃活動，推廣商品資訊，並積極尋求校內外資源合作機會，舉辦商品試吃活動，推廣商品資訊。



陳教授指導團隊商標經營策略。



團隊進行商品銷售價格訂價會議。



商品試吃活動結束後團隊成員合影留念。



團隊向協力廠商瞭解及說明合作細節。



陳教授指導團隊製作商標經營報告資料。



校園內進行商品糯米花試吃活動。



協力廠商資訊

品牌名稱
花田喜
經營所行

網路資訊及服務時間

地址 新北市板橋區文化路一段313號(政理科技大學)
郵政區號 220
電話 0989-474883
服務時間 週一~週五 10:00 ~ 17:30 (固定例假日休息)

手作之饗粉絲團專頁

手作之饗 QRcode



版權所有 © 2016 手作之饗 商品推廣工作室

【測試計劃】

組名	第八組	填寫人	潘建名	
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年5月1日	
測試次數	測驗項目	測驗日期	測驗人員	完成打勾
RUN1	連結功能、行動裝置	2017/05/05	方義德	
RUN2	形象、內容	2017/05/06	黃秋蓉	
RUN3	連結功能、行動裝置、 形象、內容、整體介面	2017/05/07	全員	

測驗項目內容：

- 連結功能：測試所有連結是否確實連結到了應該連結的頁面。
- 行動裝置：測試網站是否可在手機、平板等行動裝置都能進行正常瀏覽。
- 形 象：測試圖文是否切題，文字大小與格式是否合宜。
- 內 容：網站內標題是否與文字內容符合，是否存在錯字、贅字。
- 整體介面：測試整個網站系統的頁面結構設計是否符合使用者需求規範，是否給使用者的一個整體感。

【消費者交易紀錄-1】

組名	第八組	填寫人	潘建名		
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年5月15日		
編號	訂購日期	購買產品	口味	數量	訂購者資訊
001	3月2日	綜合堅果	焦糖	10	姓名：郭○惠 電話：0932- xxx -006
002	3月2日	綜合堅果	焦糖	10	姓名：潘○勳 電話：0989- xxx -583
003	3月5日	綜合堅果	焦糖	5	姓名：江○聰 電話：0977- xxx -426
004	3月6日	綜合堅果	焦糖	10	姓名：曲○莉 電話：0928- xxx -060
005	3月6日	綜合堅果	焦糖	1	姓名：林○君 電話：0903- xxx -201
006	3月6日	綜合堅果	焦糖	1	姓名：江○綺 電話：0956- xxx -090
007	3月6日	綜合堅果	焦糖	1	姓名：鄒○傑 電話：0970- xxx -137
008	3月6日	綜合堅果	焦糖	1	姓名：董○岑 電話：0955- xxx -796
010	3月8日	綜合堅果	焦糖	7	姓名：鄭○雯 電話：0905-370-582
			原味	3	
009	3月9日	綜合堅果	焦糖	6	姓名：鄭○茹 電話：0937- xxx -362
			原味	7	
010	3月11日	綜合堅果	焦糖	5	姓名：鄭○玫 電話：0937- xxx -362
			原味	3	
011	3月11日	綜合堅果	焦糖	4	姓名：詹○君 電話：0985- xxx -537
			原味	5	
012	3月11日	綜合堅果	原味	1	姓名：方○德 電話：0979- xxx -479

【消費者交易紀錄-2】

編號	訂購日期	購買產品	口味	數量	訂購者資訊
013	3月14日	綜合堅果	焦糖	2	姓名：董○岑 電話：0955- xxx -796
014	3月18日	綜合堅果	焦糖	19	姓名：古○如 電話：0985- xxx -537
			原味	17	
015	3月18日	綜合堅果	焦糖	3	姓名：鄭○茹 電話：0937- xxx -362
			原味	4	
016	3月19日	綜合堅果	焦糖	3	姓名：邱○湄 電話：0903- xxx -928
			原味	3	
017	3月23日	綜合堅果	焦糖	1	姓名：邱○湄 電話：0903- xxx -928
			原味	1	
018	3月23日	綜合堅果	焦糖	2	姓名：張○瑄 電話：0979- xxx -479
			原味	2	
019	3月23日	綜合堅果	焦糖	1	姓名：王○華 電話：0922- xxx -613
020	3月23日	綜合堅果	焦糖	3	姓名：陳○名 電話：0985- xxx -537
021	4月6日	綜合堅果	焦糖	3	姓名：邱○湄 電話：0903- xxx -928
			原味	7	
022	4月7日	綜合堅果	焦糖	5	姓名：方○德 電話：0979- xxx -479
023	4月10日	爆米花	原味甜 : 2 蜂蜜芥末 : 1 焦糖 : 1 原味鹹 : 1	5	姓名：陳○澄 電話：(02) xxxx -6167
024	4月10日	爆米花	原味甜 : 1	1	姓名：鄧○菲 電話：0903- xxx -928
025	4月10日	爆米花	原味鹹 : 2 墨西哥辣味 : 2 巧達起司 : 2	6	姓名：郭○惠 電話：0903- xxx -928

【消費者交易紀錄-3】

編號	訂購日期	購買產品	口味	數量	訂購者資訊
026	4月15日	爆米花	巧克力：1	1	姓名：江○芸 電話：0977- xxx -426
027	4月15日	爆米花	巧克力：1	1	姓名：潘○勳 電話：0989- xxx -583
028	4月15日	爆米花	墨西哥辣味：1	1	姓名：林○君 電話：0903- xxx -201
029	4月15日	爆米花	蜂蜜芥末：2	2	姓名：王○芳 電話：0958- xxx -933
030	4月15日	爆米花	巧克力：1	4	姓名：林○遇 電話：0931- xxx -102
031	4月12日	爆米花	焦糖：11	11	姓名：郭○均 電話：0979- xxx -365
032	4月12日	爆米花	原味甜：2 蜂蜜芥末：3 焦糖：2 原味鹹：5 墨西哥辣味：2 巧達起司：5	19	姓名：陳○涵 電話：0936- xxx -391
033	4月20日	爆米花	巧克力：1 焦糖：2 墨西哥辣味：2 巧達起司：2	7	姓名：郭○惠 電話：0903- xxx -928
034	4月20日	爆米花	原味鹹：1 巧達起司：1	2	姓名：魏○豪 電話：(02) xxxx -6181
035	4月21日	爆米花	巧達起司：1	1	姓名：江○芸 電話：0977- xxx -426
036	4月21日	爆米花	原味甜：1	1	姓名：陳○澄 電話：(02) xxxx -6167
037	4月22日	爆米花	巧克力：3 焦糖：5	8	姓名：郭○均 電話：0979- xxx -365

【消費者交易紀錄-4】

編號	訂購日期	購買產品	口味	數量	訂購者資訊
038	4月23日	綜合堅果	蜂蜜芥末 : 1 原味鹹 : 1 墨西哥辣味 : 1	3	姓名：曲○莉 電話：0928- xxx -060
039	4月23日	爆米花	蜂蜜芥末 : 1 巧克力 : 1	2	姓名：潘○勳 電話：0989- xxx -583
040	4月23日	綜合堅果	原味	6	姓名：曲○莉 電話：0928- xxx -060
041	4月23日	綜合堅果	原味	1	姓名：邱○湄 電話：0903- xxx -928
042	4月23日	綜合堅果	焦糖	1	姓名：潘○勳 電話：0989- xxx -583
043	4月30號	蔗香 烏龍茶包	蔗香	1	姓名：黃○蓉 電話：0932- xxx -006
044	5月3號	蔗香 烏龍茶包	蔗香	2	姓名：潘○名 電話：0989- xxx -583
045	5月2日	綜合堅果	原味	5	姓名：王○沂 電話：0978- xxx -779
			焦糖	5	
046	5月4日	綜合堅果	原味	6	姓名：邱○湄 電話：0903- xxx -928
047	5月18日	綜合堅果	原味	3	姓名：邱○湄 電話：0903- xxx -928
			焦糖	9	

【廠商下單紀錄】

編號	下單日期	廠商	購買產品	規格	進價	數量	總金額
001	3/02	挑嘴松鼠	綜合堅果(焦糖)	180g/包	158	22	2,970
002	3/07	挑嘴松鼠	綜合堅果(焦糖)	180g/包	158	20	2,700
003	3/13	挑嘴松鼠	綜合堅果(原味)	180g/包	135	19	6,515
			綜合堅果(焦糖)	180g/包	158	25	
004	3/19	挑嘴松鼠	綜合堅果(原味)	180g/包	135	27	7,911
			綜合堅果(焦糖)	180g/包	158	27	
005	3/26	挑嘴松鼠	綜合堅果(原味)	180g/包	135	3	1,511
			綜合堅果(焦糖)	180g/包	158	7	
006	4/01	花田喜	爆米花	2100ml/罐	110	21	2,310
007	4/09	挑嘴松鼠	綜合堅果(原味)	180g/包	135	7	2,209
			綜合堅果(焦糖)	180g/包	158	8	
008	4/12	花田喜	爆米花	2100ml/罐	120	30	3,600
009	4/23	挑嘴松鼠	綜合堅果(原味)	180g/包	135	7	1,103
			綜合堅果(焦糖)	180g/包	158	1	
010	4/23	花田喜	爆米花	2100ml/罐	120	24	2,880
011	5/03	松益茶行	蔗香烏龍茶包	60g/包	200	4	800
012	5/07	挑嘴松鼠	綜合堅果(原味)	180g/包	135	11	2,433
			綜合堅果(焦糖)	180g/包	158	6	
013	5/26	挑嘴松鼠	綜合堅果(原味)	180g/包	135	9	1,689
			綜合堅果(焦糖)	180g/包	158	3	

【損益表-1】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年5月15日
三月份損益表			
收入			
銷貨收入—堅果			26,036
銷貨收入—爆米花			0
銷貨收入—茶包			0
收入小計			26,036
成本			
銷貨成本—堅果			20,826
銷貨成本—爆米花			0
銷貨成本—茶包			0
成本小計			20,826
其他費用			
活動費用 (FB 抽獎送三包堅果)			381
促銷費用(堅果買十送一)			1,353
差旅費			0
滙款手續費			0
公關費用(試吃)			316
文宣費用(印問卷、海報)			150
FB 廣告費用			300
其他費用小計			2,200
淨利			3,010

*新台幣

【損益表-2】

四月份損益表	
收入	
銷貨收入—堅果	4,143
銷貨收入—爆米花	11,059
銷貨收入—茶包	0
收入小計	15,202
成本	
銷貨成本—堅果	3,312
銷貨成本—爆米花	8,790
銷貨成本—茶包	0
成本小計	12,102
其他費用	
活動費用	0
促銷費用	0
差旅費(到苗栗簽約車費)	500
滙款手續費	45
公關費用(試吃)	220
文宣費用(印問卷、海報)	150
FB 廣告費用	300
其他費用小計	915
淨利	2,185

*新台幣

【損益表-3】

五月份損益表	
收入	
銷貨收入－堅果	5,151
銷貨收入－爆米花	0
銷貨收入－茶包	747
收入小計	5,898
成本	
銷貨成本－堅果	4,122
銷貨成本－爆米花	0
銷貨成本－茶包	600
成本小計	4,722
其他費用	
活動費用	0
促銷費用	0
差旅費	0
滙款手續費	0
公關費用	158
文宣費用(列印報告書、簡報)	450
FB 廣告費用	300
其他費用小計	908
淨利	218

*新台幣

【損益表-4】

三月-五月損益總表	
收入	
銷貨收入－堅果	35,330
銷貨收入－爆米花	11,059
銷貨收入－茶包	747
收入小計	47,136
成本	
銷貨成本－堅果	28,260
銷貨成本－爆米花	8,790
銷貨成本－茶包	600
成本小計	37,650
其他費用	
活動費用	381
促銷費用	1,353
差旅費	500
滙款手續費	45
公關費用	694
文宣費用	750
FB 廣告費用	300
其他費用小計	4,023
淨利	5,463

*新台幣

【會議記錄】

專題名稱	手作之饗 Gourmand istore					
會議編號	會議 1	召集人兼主席	潘建名	紀錄者	方義德	
討論主題	專題執行計畫表			會議時間	105/12/14	
				會議地點	602 教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	無		無			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	依會議紀錄完成		執行專題進度規劃		全組	
本次會議內容	1. 討論組員執掌分工事項 2. 討論手作之饗商城設立期程及確定專題執行進度					
決議事項 (與主席裁示)						
各位成員了解工作分配，分配人力工作事項。						
潘建名 詹宜君 黃秋慶 江曼芸 方義德 杜怡君						
下次會議	召集人	潘建名	紀錄者	方義德	時間	105/12/21
					地點	602 教室
預定討論主題	確認各位成員工作分配，執行尋找手工食品廠商並將臉書與蝦皮創立。					
指導老師意見	分工要依個人專長區分，期程先規劃好，之後會更好做事。					

【會議記錄】

專題名稱	手作之饗 Gourmand istore					
會議編號	會議 2	召集人兼主席	潘建名	紀錄者	方義德	
討論主題	尋找手工食品廠商 手工食品招商流程教學			會議時間	105/12/21	
				會議地點	602 教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	確認各位成員工作分配，執行尋找手工食品廠商並將臉書、蝦皮平台創立。			工作事項分配完成		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	依會議紀錄完成		執行專題網站系統規劃		全組	
本次會議內容	1. 確認各位成員找的手工食品廠商 2. 確認銷售平台增加曝光率 3. 確認平台名稱為手作之饗 4. 手工食品招商訓練 5. 了解招商流程內容					
決議事項（與主席裁示）						
執行尋找手工食品廠商並將臉書及蝦皮平台創立各成員一一指導招商教育訓練並清楚了解執行狀況。						
潘建名 詹宜君 黃秋蓉 江晏芸 方義德 許怡君						
下次會議	召集人	潘建名	紀錄者	方義德	時間	106/01/17
					地點	綜合大樓 3 樓
預定討論主題	手工食品招商					
指導老師意見	招商前要多練習談吐，對專題內容要熟悉					

【會議記錄】

專題名稱	手作之饗 Gourmand istore					
會議編號	會議 3	召集人兼主席	潘建名	紀錄者	方義德	
討論主題	手作之饗挑嘴松鼠堅果商品正式上架			會議時間	106/01/17	
				會議地點	綜合大樓 3 樓	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	執行尋找手工食品廠商並將臉書及蝦皮平台創立各成員一一指導招商教育訓練並清楚了解執行狀況。		完成指派與討論，了解各成員對於曝光的工作事項。			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	依會議紀錄完成		持續尋找手工食品廠商		全組	
本次會議內容	1. 討論如何讓挑嘴松鼠堅果在 FB 大量曝光 2. 會議紀錄及照片如何整理 3. 討論消費者下單流程 3. 討論與廠商間的金流物流					
決議事項 (與主席裁示)						
1. 下單在 FB 私訊 2. 採預購制，先收錢再下單 2. PO 文次數與頻率為一週三篇 3. 會議紀錄開會當天建檔，並交給組長統一管理						
潘建名 詹宜君 黃秋蓉 江晏芸 方義德 林怡君						
下次會議	召集人	潘建名	紀錄者	方義德	時間	106/3/2
					地點	602 教室
預定討論主題	堅果試吃活動					
指導老師意見	消費者下單流程要規劃好，會影響業績					

【會議記錄】

專題名稱	手作之饗 Gourmand istore					
會議編號	會議 4	召集人兼主席	潘建名	紀錄者	方義德	
討論主題	堅果試吃活動			會議時間	106/3/2	
				會議地點	602 教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	1. PO 文次數與頻率為一週三篇 2. 會議紀錄開會當天建檔，並交給組長統一管理					
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	依會議紀錄完成		執行問卷活動前準備		全組	
本次會議內容	1. 執行問卷調查及商品試吃的活動確認 2. 討論堅果試吃活動流程 3. 討論堅果的問卷的內容 4. 討論堅果促銷內容					
決議事項 (與主席裁示)						
試吃及填寫問卷活動前的道具準備並了解當天執行的計畫。 3/7~3/20 堅果舉行促銷						
潘建名 詹宜君 黃秋慶 江昱芸 方義德 莊世君						
下次會議	召集人	潘建名	紀錄者	方義德	時間	106/3/11
					地點	602 教室
預定討論主題	檢討問卷調查及試吃活動					
指導老師意見	舉辦活動，流程內容要仔細規劃，分工要公平					

【會議記錄】

專題名稱	手作之饗 Gourmand istore				
會議編號	會議 5	召集人兼主席	潘建名	紀錄者	方義德
討論主題	堅果價格促銷計畫			會議時間	106/3/11
				會議地點	602 教室
上次會議	決議事項		執行狀況		
	試吃及填寫問卷活動前的道具準備並了解當天執行的計畫。		已完成試吃及問卷調查		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	依會議紀錄完成		執行專題網站系統規劃		全組
本次會議內容	1. 討論臉書抽獎活動 2. 了解學校應繳文件 (1). 會議紀錄照片 5 次 (2). 專題指導記錄 5/31 止 (3). 專案報告書 6/2 止				
決議事項 (與主席裁示)					
了解專題應繳交的文件					
潘建名 詹宜君 黃秋容 江昱芸 方義德 林怡君					
下次會議	召集人	潘建名	紀錄者	方義德	時間
					地點
					106/4/5
預定討論主題	新商品上架並了解執行狀況				
指導老師意見	辦抽獎活動, 抽獎的影片需上傳, 公正公開				

【會議記錄】

專題名稱	手作之饗 Gourmand istore					
會議編號	會議 6	召集人兼主席	潘建名	紀錄者	方義德	
討論主題	新商品上架並了解執行狀況			會議時間	106/4/5	
				會議地點	602 教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	了解專題應繳交的文件		文件準備中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	依會議紀錄完成		將爆米花及茶葉上架		全組	
本次會議內容	1. 訂定爆米花及茶葉的銷售價 2. 將商品在 FB、蝦皮發文及大量曝光					
決議事項 (與主席裁示)						
售價： 爆米花 NT. 159 茶葉 NT. 200						
潘建名 詹宜君 黃秋蓉 江昱芸 方義德 #怡君						
下次會議	召集人	潘建名	紀錄者	方義德	時間	106/4/19
					地點	602 教室
預定討論主題	試吃活動前準備了解相關內容					
指導老師意見	新商品上架要大量曝光					

【會議記錄】

專題名稱	手作之饗 Gourmand istore					
會議編號	會議 7	召集人兼主席	潘建名	紀錄者	方義德	
討論主題	試吃活動及問卷調查準備			會議時間	106/4/13	
				會議地點	602 教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	售價： 爆米花 NT. 159 茶葉 NT. 200		新商品已上架曝光			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	依會議紀錄完成		執行試吃活動前的準備		全組	
本次會議內容	1. 設計爆米花問卷調查的文件 2. 爆米花活動道具準備					
決議事項 (與主席裁示)						
確定問卷的內容及活動流程						
潘建名 詹宜君 黃秋容 三江是芸 方義德 林怡君						
下次會議	召集人	潘建名	紀錄者	方義德	時間	106/5/24
					地點	602 教室
預定討論主題	專題發表演練及檢討					
指導老師意見	爆米花試吃, 多少試吃, 預算要拿捏					

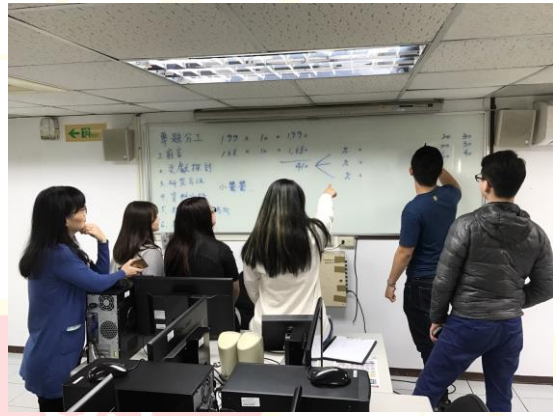
【會議記錄】

專題名稱	手作之饗 Gourmand istore				
會議編號	會議 8	召集人兼主席	潘建名	紀錄者	方義德
討論主題	專題最後檢討及整理			會議時間	106/5/18
				會議地點	602 教室
上次會議	決議事項		執行狀況		
	確定問卷的內容及活動流程		問卷及試吃活動已完成		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	依會議紀錄完成		所有專題相關統整並檢討		全組
本次會議內容	1. 與專題指導的光澄老師討論商城未來後續發展的計畫 2. 討論報告書的分工與期限 3. 討論報告書的內容				
決議事項（與主席裁示）					
在 5 月 30 前將所有文件準備好，並且所有組員需了解全部內容					
潘建名 詹宜君 黃秋蓉 江晏芸 方義德 林怡君					
下次會議	召集人	潘建名	紀錄者	方義德	時間
					地點
預定討論主題	完成進度				
指導老師意見	報告書內容需豐富，簡報要乾淨，不要過於複雜				

【執行過程花絮-1】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年5月15日

<開會與討論照片>



與指導老師一同討論進度與期程

組員們討論商品的銷售價



與指導教授討論報告書內容

爆米花訪商簽寫備忘錄

【執行過程花絮-2】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年5月15日

<舉辦堅果試吃活動照片>



在新埔站三猿廣場舉辦試吃活動



瞄準等待餐點的客人



瞄準在捷運站口等人的路人



瞄準在捷運站口等人的路人

【執行過程花絮-3】

組名	第八組	填寫人	潘建名
專題名稱	手作之饗 Gourmand Istore	填寫日期	106年5月15日

<舉辦爆米花試吃活動照片>



在致理科大校區舉辦試吃活動

都願意停下腳步幫我們填寫問卷



同學們很熱烈參與

大家都吃的很開心

