



致理科技大學

資訊管理系專題報告

午食咖哩

Internet Marketing and Performance Evaluation Of Curry Afternoon Food

專題生：段啟維(10310112)
陳振昇(10310141)
趙子言(10310122)
季君霖(10310129)
陳偉翔(10310125)

指導教授：張慧 博士

中華民國一〇六年六月

致理科技大學

資訊管理系

畢業專題

午食咖哩

一〇五學年度



致理科技大學

專題報告審核書

本校 資訊管理 系(所) 陳振昇

(10310141)、陳偉翔(10310125)、季君霖

(10310129)、趙子言(10310122)、段起維

(10310112)

等君所提論文 午食咖哩

經本委員會審定通過，特此證明。

口試委員會

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：

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：

(親筆正楷簽名)

指導老師姓名：

(親筆正楷簽名)

中華民國 106 年 7 月 12 日

摘要

專題報告名稱：午食咖哩

頁數：94

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：段啟維、陳偉翔、陳振昇、李君霖、趙子言

指導教授：張慧 博士

關鍵詞：網路行銷、企業化管理、電子商務

我們的專題其最終目標為得出一套針對小型餐館網路品牌行銷策略流程。因此我們與「午食咖哩」餐館進行合作，希望藉由網路行銷帶起午食咖哩的知名度，再從中分析出可以針對消費者造成引響力的行銷方式，最終訂出一套可套用所有餐館的行銷策略。

在我們還尚未與老闆碰面時，我們深怕中小型餐館無法接受網路行銷的提案，因為中小型餐館普遍資本不大，而且對於網路行銷沒有充分的認知，所以大部分餐館都只執行傳統行銷，但經過我們與老闆面談時提供的數據及方法漸漸的說服老闆嘗試網路行銷這個方法，老闆也願意相信網路行銷這個方法能著實提升餐館的營業額。

ABSTRACT

Thesis Title : Afternoon Curry House

Pages : 94

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : June, 2017

Degree : Bachelor

Researcher : DUAN, CI-WEI · CHEN, WEI-SIANG · CHEN, CHEN-SHENG · JI, JYUN-LIN · JHAO, ZIH-YAN

Advisor : Huay Chang

Keywords : Network Marketing, Business Management, e-Commerce

The purpose of our project is to design a network marketing SOP process for small restaurant. We work with the ‘Afternoon Curry House’ . We would like to increase the reputation of the ‘Afternoon Curry House’ by the network marketing method. Then, we analyze those marketing methods that appear influence on the consumers. Finally, we design a standard marketing process for the restaurant.

Because of the limit of the budget and the understanding of network marketing for most of the small restaurants, we are afraid that the boss of the ‘Afternoon Curry House’ may not accept the network marketing proposal. Therefore, we provide the good data and method to persuade the boss to adopt the network marketing method. Finally, the boss accepts our proposal and makes a good business volume.

誌謝

本專題在經由多次的研究及學習中告一段落，順利地呈現於評審委員與同學們面前給予評論指教。

能過完成這個專題，我們要先感謝與我們合作的店家—午食咖哩，願意與我們合作，讓幾個初出茅廬的年輕人能一展所長，將所學透過實作轉換成實戰經驗，從一開始的接洽、商談、確定合作，到後面舉辦的各式活動，店家都對我們無比信任，而店內業績也確實明顯成長，如果沒有店長的支持，就不會有此次專題。

其次我們要感謝我們的指導老師 張慧 老師，提供我們很多的專題想法、概念走向，並且有多餘的時間時也會與我們交流分享經驗，傳授我們相關專業知識與技巧，適時給予鼓勵與建議，才能讓我們順利完成此專題。

最後，感謝本專題的所有成員，每位成員在本專題的研究中都是不可或缺的角色，每個人都各有所長且各司其職，雖然過程中偶有摩擦，但彼此都能互相體諒，感謝各位成員的配合與合作，讓專題能更加進步與創新，希望透過此次專題能為每位成員帶來更大的成長與進步。

段啟維、陳振昇、陳偉翔、季君霖、趙子言謹誌

致理科技大學 資訊管理系學士班

中華民國 106 年 05 月

目錄

	頁次
中文摘要	i
ABSTRACT	ii
誌謝	iii
目錄	iv
圖目錄	vi
表目錄	v
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景動機	1
一、研究背景	1
二、研究動機	1
第二節 研究目的	2
第三節 研究問題	2
第四節 研究限制	2
第貳章 文獻回顧與探討	3
第一節 網路行銷	3
一、網路行銷的策略	3
二、網路行銷之優勢	4
三、網路與實體行銷之差異	5
第二節 品牌形象	7
一、品牌形象定義與重要性	7
二、品牌形象的構成	9
第三節 企業化管理	10
一、企業化管理理論	10
第四節 相關網站分析	13
第參章 研究內容與方法	16
第一節 研究架構	16
第二節 研究假說	16
第三節 問卷設計	17
一、問卷回覆	23
二、問卷分析	26

第肆章 分析結果或技術探討	27
第一節 產業現況分析	27
一、產業定義與市場區隔分析	27
二、產業成功關鍵的要素分析	27
三、產業上下游的價值鏈分析	27
四、產業未來發展的趨勢分析	27
第二節 個案公司分析	28
一、個案公司商業模式與行銷策略分析	28
二、個案公司目標消費群與客層分析	28
三、個案公司商品力分析	28
四、個案公司競爭者分析	28
第三節 午餐咖哩網路行銷分析	30
一、午餐咖哩網路行銷現況分析	30
二、午餐咖哩網路行銷策略分析	30
三、午餐咖哩 SWOT 分析	30
第四節 活動目錄	31
一、活動結案報告	32
第伍章 結論與建議	37
第一節 研究結果	37
第二節 研究建議	37
第三節 未來研究方向	37
參考文獻	38
附錄	
附錄一 系統操作手冊	40
附錄二 問卷資料	42

圖目錄

	頁次
圖 3-1. 研究架構	16
圖 3-2. 問卷設計-開場白	17
圖 3-3. 問卷設計-問卷設計-選擇餐廳部分 1	18
圖 3-4. 問卷設計-問卷設計-選擇餐廳部分 2	19
圖 3-5. 問卷設計-問卷設計-選擇餐廳部分 3	20
圖 3-6. 問卷設計-問卷設計-選擇餐廳部分 4	21
圖 3-7. 問卷設計-個人資料	22
圖 3-8. 問卷回覆-餐廳粉絲團 1	23
圖 3-9. 問卷回覆-餐廳粉絲團 2	23
圖 3-10. 問卷回覆-餐廳粉絲團 3	24
圖 3-11. 問卷回覆-餐廳粉絲團 4	24
圖 3-12. 問卷設計-性別	25
圖 3-13. 問卷設計-年齡	25
圖 3-14. 問卷設計-職業	26
圖 4-1. 活動結案報告	32
圖 4-2. 活動結案報告	33
圖 4-3. 活動結案報告	34
圖 4-4. 活動結案報告	35
圖 4-5. 活動結案報告	36

表目錄

	頁次
表 2-1.行銷環境.....	6
表 2-2.行銷成功因素.....	6
表 2-3.企業內的行銷定義.....	6
表 2-4.對客戶的觀點.....	6
表 2-5.各學者描述品牌形象比較表.....	7
表 2-6.咖哩事典分析.....	13
表 2-7. Coco 壹番屋分析.....	14
表 2-8.咖哩娘分析.....	14
表 2-9.本家咖理分析.....	15
表 4-1.同類型商家比較表.....	29
表 4-2.SWOT 分析.....	30
表 4-3.活動目錄表.....	31



第壹章 緒論

本研究將以網路行銷為研究方向，考驗我們如何以網路行銷替合作商家” 午食咖哩” 打出知名度，利用傳統宣傳手法與舉辦活動增加在網路上之知名度，同時也提高粉絲專業點擊率，透過問卷了解消費者之喜好，一步步熟悉網路行銷模式，讓網路觸及更廣泛的客源，打造知名在地美食。

第一節 研究背景與動機

一、研究背景

科技不斷改變人們的生活，當網路出現後，在發展演進中逐漸改變了多數人的生活模式與消費行為；而智慧型手機的問世，不僅讓數位生活變得無所不在，更帶來前所未有的數位浪潮，如何搭乘上這股浪潮，如何因時制宜掌握行動商機、找到行銷方法，是所有企業、品牌、行銷相關人員最關心的話題。

在歐洲的手機市場，根據 comScore 的一份報告，截至 2012 年底，德國、法國、義大利、西班牙和英國五個國家的行動網際網路使用者總數達到了 2.41 億，其中有 57% 的使用者使用智慧型手機，消費者轉向智慧型手機的趨勢已經非常明顯。在德國、法國、義大利、西班牙和英國智慧型手機普及率均超過 50%，其中西班牙以 66% 排名第一。2012 年 12 月，上述五國消費者所購買的手機中智慧型手機均占 75%。然而，相信到了 2015 年的今天，智慧型手機已到達人手一機的程度，老年人也都慢慢跟上了這時代的洪流。

我們合作的商家為「午食咖哩」，該店並沒有進行網路行銷，而是依靠著傳統的行銷手法，導致客源僅限於附近住戶，曝光度並不高，我們將探討是否能靠網路行銷解決目前的現況。對於銷售產品的市場定位、客源尋找的計畫性、如何增加顧客搜尋和點閱率、與相關網站連結，以討論區或撰寫文案來增加買氣，為了促成顧客購買動力的促銷活動，商品價格的調整，媒體廣告的宣傳，通路的決策，都是網路經營必須考量和具備的因素。考量哪種行銷方式才是針對商品最有效的推廣手法。

二、研究動機

動機一：現在網路發達，各項網路功能讓現代人對「吃」有更多的選擇，但仍常看到一些中小型餐館，物美價廉，但卻因缺乏網路行銷，始終沒有多少人知道，故想透過網路行銷，讓這些店能更為外界所知，此為本研究動機之一。

動機二：本研究尋得「午食咖哩」協助我們進行研究，「午食咖哩」因缺乏宣傳及面臨同業競爭導致客源流失，造成營業額屢屢下降，如何透過網路行銷確實及有效的提升「午食咖哩」的知名度及營業額，此為本研究動機之二。

動機三：藉著透過提升「午食咖哩」知名度及營業額之方法，從中找出一套企業化管理標準流程，並可套用至其他中小型餐館，使其餐館能有效的提升該店的競爭力，能不被時代的潮流所淘汰，此為本研究動機之三。

第二節 研究目的

本研究依照動機方向規劃出三個目的：

目的一：本研究將探討中小型餐館進行網路行銷。

目的二：本研究將提升”午食咖哩”知名度及營業額。

第三節 研究問題

問題一：近年來，網際網路盛行，民眾使用網路所花的時間也越來越長，手機、平板或個人電腦都是人們的上網工具，所以我們該用什麼方式來吸引消費者關注我們的粉絲團進而到店裡消費，是我們要研究的課題。

問題二：人們對於餐廳口碑也越來越注重，要讓消費者選擇到我們商家消費就要讓粉專有一定的知名度，如何將我們的特色清楚的讓消費者知道也是我們要研究的課題。

第四節 研究限制

限制一：本研究因商家受地域限制，進而影響更廣泛的營業銷售額。

限制二：本研究因商家人力成本問題，所以將無法發揮網路行銷的最大效益。

第貳章 文獻回顧與探討

第一節 網路行銷

一、網路行銷的策略

方文昌(2010)指出網路行銷計畫包含七個主要規劃要件：情境分析、網路行銷策略規劃、計畫目標、網路行銷策略、執行計畫、預算、衡量成果的計畫

步驟一 情境分析

檢討公司的環境與 SWOT 分析

檢討目前的行銷暨華及其他有關公司與品牌的資訊

檢討公司的商業電子目標、策略、績效指標

步驟二 網路行銷策略規劃

判斷公司與策略規劃多變商機之間的合適度。進行行銷機會分析、供需分析、市場區隔分析。

第一級策略

- 市場區隔
- 選擇目標市場
- 差異化
- 定位

步驟三 目標

找出源自電子商務策略的一般目標

步驟四 網路行銷策略

找出電子商務模式所代表的營收源流

第二級策略

設計產品、價值、配銷、溝推、市場 / 合夥關係管理策略

按保證修正目標

步驟五 執行計畫

設計網路行銷組合計策：

- 產品/服務
- 定價/評價
- 配銷/供應鏈
- 整合的溝通組合

設計關係管理計策

設計資訊蒐集計策

設計執行計畫的組織結構

步驟六 預算

預估營收

評估達成目標的成本

步驟七 評估計畫

找出適合的績效指標

二、網路行銷之優勢

樂斌、陳苡(2013)提出有別於傳統模式，網路行銷靠著網路、資訊科技的協助而有心的樣貌，整理網路行銷相關研究，提出以下六項網路行銷的特性，包括互動性、匿名性、公開性、免費性、個人化與群聚性，分述如下。

(一)互動性(Interactive)

所謂互動性是指行銷業者與消費者之間互動的程度。傳統的行銷溝通模式是由單一媒介傳遞給大眾，像是透過無線電視、有線電視、報紙、雜誌、廣播等的大眾傳播媒體來最行銷溝通，此模式有三個特性：

- 一對多的行銷溝通模式。
- 企業對淺在顧客作單向溝通。
- 只有企業提供溝通內容。

(二)匿名性(Anonymous)

目前網路提供許多的應用服務，包括 e-mail、Blog、網路論壇、網路遊戲或交友網站等，期使用的模式都要先由使用者設立帳號與密碼，並提供個人的基本資料來登錄，但不少的網路使用者幾乎都不會提供正確的個人資訊，舉凡使用化名、修改照片或其他錯誤的個人資訊等，達到匿名性的效果。

(三)公開性(Public)

透過網際網路可讓使用者便利的和其他人進行聯絡，彼此分享資料、興趣與知識，消除地區所造成的限制，藉此來縮短人與人之間的距離，使人的活動範圍不再受到地域的限制，可以在網路上發表自己的想法。因此，網路具有公開性。

但是相對來說，在管理上就舉有一定的困難度。雖然有網路資訊中心(Network InterminationCenter, NIC)來管理，但近年來有鑑於網路詐騙、犯罪行為越來越普遍，政府也開始著手修法，希望能夠竭止如雨後春筍般出現的網路色情氾濫、盜版軟體流竄等問題。

(四)免費性(Free)

網際網路是由學術網路發展出來的，想調資源免費分享，雖然已漸漸商業化，但在使用者的習慣上仍期望得到免費的服務或資訊。此外，由於全球資訊網首頁等內容製作容易，非常多的網際網路使用者針對他們的興趣建立非常多的內容，免費提供給網友分享，因此對商業性的網際網路線上服務提供者產生壓力，除非他們能夠提供耿好的差異化服務，否則很難吸引使用者付費來使用。因此大多數的商業網站皆以廣告作為主要效益，而以免費使用來吸引使用者。

(五)個人化(Personal)

隨著科技的進步，電腦已經越來越能主動處理網路上的資訊，達到語意網(Semantic Web)的概念(意指將電腦能理解的資訊放在網路上，讓電腦不僅顯示文字，還能夠理解文字的意義。不只是用文字來搜尋，而是可以利用字義來進行尋找，進而創造出智慧代理人)，根據使用者的可能需求而提供符合個人化服務(Wertime& Fenwick, 2008 年)

(六)群聚性(Community)

透過網路的便利性，促使網際網路使用著根據不同的興趣而成立不同的線上社群(Online Community)，彼此可能因共同的興趣、話題，甚至是需求而集合在一起。但每一個線上社區的成員必須遵守該線上社區的網路禮節，否則會受到其他成員的排斥或被列入黑名單中甚至引起被激怒的成員群起攻擊。

趙滿鈴(2011)認為網路行銷並非只為了品牌曝光，或與消費者互動，或只是想創造話題，更重要的是達成到當初進行網路行銷的預設目標，這些目標依產業及規劃目的之不同而互異，例如銷售額的成長、會員人數的增加、品牌的好感度加強等，才是有效的網路行銷操作，以下的幾個原則可供網路行銷規劃時之參考：

1. 以顧客為中心

- 深耕顧客價值，建立以顧客為中心的資料庫系統。
- 活動的設計以能夠提供開放討論、集體創作、經驗共享為原則。
- 進行分眾行銷，網友也需要依不同族群給予適當的對待。

2. 傳遞品牌承諾

- 找出目標對象慣用的網路工具，做好溝通，提供承諾。
- 在網路行銷中，不斷的重複品牌，而且創意要跟主題相關。

3. 串聯人脈網路

- 「六度分隔理論」(Six Degree of Separation)，在虛擬世界中，人與人之間的距離更近。
- 讓網友發揮傳播的力量，善用口碑，主動將品牌經驗傳給他的人脈網絡。

4. 享受品牌體驗

- 讓顧客在親身體驗中，與品牌之間產生關係自然強化的效果。
- 不但要有黏性，還要有聚合(Syndication)的力量。

三、網路與實體行銷之差異

網路行銷與過去的傳統行銷有眾多差異。Richard J. Gascoyne 與 Koray Ozcubukcu 在 Corporate Internet Planning Guide (1997) 將網路行銷與傳統行銷的差異分為(1)行銷環境 (2)行銷成功因素 (3)企業內的行銷形象 (4)對客戶的觀點 四 種類別說明如下表：

表 2-1.行銷環境

傳統行	網路行
行銷規則對各時段接明確,定義清楚且一致	行銷規則在技術發展的主導下持續的發展
市場限定於國家或地區	市場上的境界消失
利基(niche)市場的定義較困難	利基(niche)市場可容易創造出一般規模、嶄新的商業機會
企業所主導的行銷較多	顧客導向的行銷較多
高廣告費用	低廣告費用
資訊系統對行銷的執行並無大幫助	在行銷活動上資訊系統的角色非常重要,行銷部與IT專員的整合性活動相當重要

資料來源：利基(niche)市場：指企業選定一個很小的產品或服務領域，集中力量進入併成為領先者，從當地市場到全國再到全球，同時建立各種壁壘，逐漸形成持久的競爭優勢。

表2-2.行銷成功因素

傳統行	網路行
對產品與服務有了認知度則皆認為成功	假設對產品與服務已有認知的情況下仍認
對最初進入該市場有一定程度的補償,而比接著進入市場者可持續維持有的立場	最初進入市場者對客戶塑造了紀念性的價值,且比接著進入市場者可維持其強大的競爭力
企業間或部門間的協力並非為行銷的核心要素	其他部門間的合作關係為成功行銷的核心因素
創意性是為差異化而極為重要	革新為達成差異化的核心要素,且為了革新而許多其他密切的方法存在著
僅與某限定的客戶相互合作亦足夠	與客戶的互動非常頻繁且重要
提供宣傳廣告與產品及服務相關部分的趣味	提供教育性且知性的趣

資料來源：本研究整理

表 2-3.企業內的行銷定義

傳統行	網路行
主導行銷產品的開發	行銷部門與其他業務部或技術部門整合
行銷部門擔任前端的角色	

資料來源：本研究整理

表2-4.對客戶的觀點

傳統行	網路行
客戶對產品及服務的知識與資訊較少	反而客戶擁有更多的知識與資訊,並且客戶的回饋也即時且容易確保
可預估一定程度的客戶形態與期待	對於新的客戶型態、期待與關心度的內容較完整
將客戶視為一個族群或是構成整理的部分單位	將客戶視為個人而並非是族群,產品亦對每客戶定義不同,差異化製作

資料來源：本研究整理

第二節 品牌形象

一、品牌形象定義與重要性

在談論品牌形象前，我們首先要了解什麼是形象，美國行銷協會定義品牌為一名稱、術語、符號、記號或設計，甚或是它們的結合；可用來確認銷售者的產品或服務，以便與競爭者有所區別。如同 Aaker(1991) 所定義的品牌：為一個特定的名稱或符號，可用來區分競爭者產品與服務者。

表 2-5.各學者描述品牌形象比較表

年份	學者	品牌形象描述
1974	Herzog	對於品牌全部印象的總和。
	Owenfeldt	品牌特質與消費者感覺情緒之串聯。
1976	Jain and Etgar	消費者對品牌特質所產生的感覺與印象。
1984	Reynold and Gutmann	品牌形象是消費者記憶中所喚回對產品的意象，它是產品的屬性、消費者的使用與個人表現的結果。
1991	Aaker	將品牌形象定義為品牌聯想的組合。可以反映出品牌的人格或產品的認知。
1992	Biel	認為品牌相連結之聯想為品牌形象，由廠商形象、產品形象及使用者形象所組合而成。
1993	Kirmani and Zeithmal	指出形成品牌形象需要，知覺品質、品牌態度、知覺價值、品牌聯想、廣告態度五項要素的投入。
1994	Richardson, Dick and Jain	被消費者作為評價產品品質的外部線索，消費者會利用產品的品牌形象推論或維持其對產品的知覺品質，而品牌形象亦可代表整個產品的所有資訊。
1995	Keegan, Moriarty and Duncan	品牌形象是消費者對於品牌接收的總體印象，包括對其他品牌的識別或區別、品牌個性和承諾利益等要素。
1996	Krishnan	品牌聯想形象所形成的網路結點可以是代表一個品牌、一項產品或一種屬性，並且連結任何兩個結點就可成為消費者心目中的聯想形象。
1997	Kotler	消費者根據每一屬性對每個品牌發展出來的品牌信念，對某一特定品牌所持有的信念組合品牌信念稱為品牌形象。

資料來源：本研究參考於「何怡萱(2008)，品牌形象及品牌忠誠度的相關性之研析」等相關資料整理成表格。

品牌形象是市場行銷中的重要一環，也被視為一種資訊的提示，消費者藉由所持有的品牌形象推論產品的品質，繼而激發消費者的購買行為。Magid, Cox and Cox(2006)也認為品牌形象包括消費者對品牌名稱、標誌或印象的回應，也代表著產品品質的象徵。

品牌聯想的五大價值：

1. 幫助消費者萃取與處理資訊
2. 差異化與定位的重要依據
3. 提供消費者購買的理由
4. 創造消費者正面的態度
5. 公司品牌延伸的基礎



二、品牌形象的構成

Park, Jaworski, 與 MacInnis (1986) 以消費者的利益為基礎，提出每一個品牌形象應該建立在一個品牌概念的基礎上；因此，品牌可發展出三種不同的品牌形象策略，以清楚的定位其市場，避免模糊消費者對品牌的識別。此三種形象策略分別為：

(1)功能性：強調協助消費者解決因消費產品所衍生的問題，這類產品通常強調好用及實用性。

(2)象徵性：強調符合消費者內在需求的產品品牌，這類產品通常能滿足消費者得到同儕認同，提升自我形象及價值等。

(3)經驗性：強調滿足消費者內在追求新鮮感與好奇心的需求，這類產品通常選擇較多樣化或多功能性。

Park et al. (1986) 認為品牌形象是一種長期經營的概念，並將品牌形象的經營週期分為三個部份：

(1)導入期：在產品進入市場前，必須進行品牌形象及市場定位策略，以傳達產品之品牌形象及增加銷售量為目的。

(2)精緻期：此階段的目標在於提升產品的品牌形象以其價值，塑造產品在市場上的獨特性，增加市場上的競爭優勢，例如客製化的產品或服務，或推出限量商品造成獨特性或話題性。

(3)強化期：此階段的目標在於將品牌形象與公司其他不同產品類別做連結，強化每一個品牌的形象，可藉此降低品牌形象的溝通成本且有助於新品牌的建立，若能讓消費者產生一次購足的現象即可滿足消費者心中多重消費需求的形象。

Biel (1992) 認為品牌形象是，當消費者一看到品牌名稱時即能產生連結的屬性與聯想，是由企業形象、產品形象及使用者形象所組成；並可分為兩種聯想類型，一為實質感受及功能性，另一為柔性或感性的屬性認知，描述如下：

(1)企業形象：功能性屬性（服務、技術），及柔性屬性（領導、特色、個性）等。

(2)產品形象：功能性屬性（服務、技術），及柔性屬性（個性）。

(3)使用者形象：功能性屬性（職業、年齡），及柔性屬性（生活型態、個性）等。

Keller (1993) 將品牌形象定義為，消費者以記憶將產品與品牌連結在一起的認知。他並提出透過不同品牌聯想類型、偏好度、強度及獨特性，可用來衡量品牌形象，內容如下：

(一)品牌聯想的種類：又分為品牌屬性、品牌利益與品牌態度三項。

1. **品牌屬性：**為產品的敘述性的特色或特徵，其中又分為產品相關屬性，指的是產品的組成與服務內容，及非產品相關屬性，為產品或服務的外在層面，如價格、產品外觀、感覺和經驗。

2. **品牌利益：**指消費者賦與產品或服務屬性的個人價值，及消費者認為產品或服務所能帶給他們的功能。而利益又進一步區分為功能性利益、經驗性利益與象徵性利益等三類。

3. **品牌態度：**代表消費者對品牌的整體評估。消費者在形成品牌態度之前，會先考慮品牌屬性與品牌利益，因此品牌態度取決於屬性與利益間的聯想強度，及對屬性的認同與信任。

(二)品牌聯想的喜好度 (favorability)：喜好度的大小可反應出行銷組合的成功，例如滿足消費者需求，因此產生正面的品牌態度，使得品牌的整體評價提高，創造品牌的偏好。

(三)品牌聯想的強度 (strength)：品牌聯想的強度取決於品牌資訊如何進入消費者的記憶，以及儲存的位置。品牌聯想的強度決定於消費者回想起何種資訊，進而對品牌選擇產生影響。消費者的直接經驗可塑造鮮明的品牌聯想，消費者會依過去的經驗而選購產品。

(四)品牌聯想的獨特性 (uniqueness)：品牌應思考如何創造特別受推崇及歡迎的聯想，使品牌在市場上擁有競爭優勢與獨特的定位。

因此，品牌形象儲存於消費者的記憶模式中，優質的品牌網絡連結將成為購買決策的重要考量因素。人們對自己熟悉且品牌形象好的產品較會購買，因為品牌形象好而感到安心、可靠，相對來說，對於產品也會有較高的滿意度，Kamins and Marks(1991)主張消費者對於熟悉且品牌形象好的產品，會有較高的品牌態度與購買意願。所以，本研究將品牌形象的高低程度列為本研究的自變數來探討。



第三節 企業化管理

一、企業管理理論

二十世紀所出現的企業管理理論相當多元，涵蓋經營管理、行銷策略、績效評估、組織變革與發展、競爭優勢、人力資源管理、創新管理等相關領域，茲就其中主要的理論內涵析述如下：

(一)組織再造

Hammer 和 Champy 將組織再造定義為：從根本上重新思考，並徹底重新設計組織的作業流程，期於成本、品質、服務及速度等重要的組織績效上有大幅度的改善。至於，組織再造的方法則可包括作業流程、組織型態及管理結構的再造等(呂生源，2000:5)。

如針對組織型態的型態而言，則亦涵蓋組織規模的適當化、組織結構的重新組合、組織的網路型態化、跨組織的再造及公立組織的民營化等(管彥康，1998)。

惟近年來，「團隊型組織」(team-based organization)和「學習型組織」(learning organization)則是受到企業組織和公共組織的重視，成為組織再造的重要型態。茲分述如下：

1. 團隊型組織

團隊型組織強調由組織成員共同訂定目標，組織成員間之溝通良好、相互信任，具有極高的凝聚力；團隊領導人也能依據不同的情境採取適當的領導行為，並能善用組織資源提升組織績效，展現出高績效團隊的特性。

2. 學習型組織

學習型組織的理念，則強調組織文化的變革，期透過共同願景的建立、團隊學習與系統思考的過程，導引組織成員自我超越並改變心智模式，使組織在面臨急遽變遷的外在環境時，能保持組織運作的精簡與彈性，以提升組織的競爭力。

(二)人力資源管理

人力資源管理(human Resource Management)為組織人力資源的獲取、激勵、運用與專業成長等之過程與活動。傳統對於組織成員的管理觀念，係以「人事管理」(personnel administration)為主，著重行政事務層面的管理；1980 年代之後，「人力資源管理」取代了「人事管理」，其範圍涵蓋招募、甄選、職務管理、訓練發展、績效管理、薪資福利與組織發展等多元內涵。此外，人力資源管理並著重各管理功能面的整合與協商；至 1990 年代之後，則進入人力資源策略管理的發展層次，形成「策略性人力資源管理」(Strategic Human Resource Management)的研究領域。

(三)網路科技

網路科技十分進步的時代，企業電子化(E- Business)與聯網組織(Internet Organization)成為企業新興的營運模式。透過網際網路的相連，企業得以建構電子平台進行商業交易及相關服務。茲分述如下：

1. 電子化

企業電子化的內涵，包括資訊科技與通訊技術的策略性應用，透過多種管道和顧客、目標客源及合作廠商產生緊密互動。此外，顧客亦可透過多元的管道與 5 企業產生互動，因此，企業必須將其顧客在不同頻道的互動過程予以統一，包括整合網際網路、資料庫、網路電話、透過無線應用軟體協定(Wireless Application Protocol, WAP)連接網路的行動電話等(黃逸華譯，2002:2-6)。

再者，企業電子化如從通訊的角度分析，其運作方式係利用電話線、網際網路等途徑，進行資訊傳遞、產品交易或付款等服務；而由企業流程的角度分析，則是應用線上商業交易與工作流程自動化的電腦技術，以完成商業行為(吳行健，2001c:43)。企業導入電子商務的最主要目的，在於符合顧客需求、降低營運成本、增加商機，以創造企業新價值鏈的極大化效果。

3.2 聯網組織

聯網組織(internet organization)是指透過網際網路(internet)將不同的小型組織串聯成大型組織，當組織的擴展愈來愈大時，單位或部門就愈變愈多，而要有效管理則必須要讓每個小網路組織都有一些協定來控制，然後將許多小網路組織串成大網路組織。每個網路組織在自己的範圍內管好自己的組織，做好它的功能及服務；但要許多網路組織相互聯繫，則要透過有效的協定，個個相連整合在一起(施振榮, 2000:100)。

(四)顧客關係管理與行銷公關

顧客關係管理(Customer Relationship Management, CRM)，係企業藉由積極深化其與顧客間之關係，以掌握顧客資訊。同時，運用此顧客資訊量身定做不同的營運策略，以滿足不同顧客的需求(遠擎管理顧問公司，2002:1)。

透過有效的顧客關係管理，企業可以與顧客建立更長久的雙向合作關係，以維繫顧客對企業的忠誠度。另一方面，顧客關係管理也是企業電子化重要的一環，它導入資訊系統，以規範企業與顧客來往的一切互動行為與資訊，其主要資訊通常包括：「行銷管理」、「銷售管理」及「顧客管理」等三大內涵。

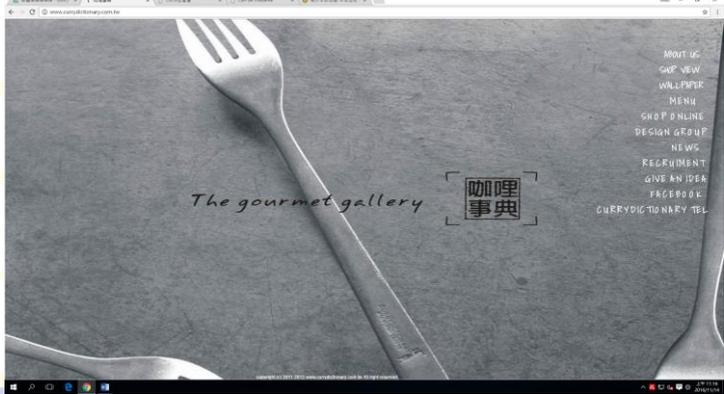
「行銷管理」可分析市場的價格變化，預測市場趨勢及妥善規劃市場管理作業；而銷售管理則強調整合企業的行銷資源，統合一切行銷資訊；另顧客關係管理則是提升顧客的滿意度，抓住核心顧客的需求，開發潛在顧客市場，同時提供顧客線上平台查詢介面，透過線上記錄隨時回應顧客的問題與抱怨，即時檢討與改進顧客服務流程及進度(吳行健，2001d:42)。

第四節 相關網站分析

依據 Google 搜尋引擎搜尋「咖哩店」與「知名連鎖咖哩店」名稱，進行分析資料的來源。將資料做優點與缺點的探討，便於本組架構網站的參考。

咖哩事典

表 2-6. 咖哩事典分析

網站圖片	
網址	http://www.currydictionary.com.tw/
特色	<ol style="list-style-type: none"> 1. 用料、口感、辣度有完整介紹，讓客人一眼能看出。 2. 菜單用 flash 呈現，方便客人觀看。 3. 商家資料一目了然，用 flash 呈現
缺點	<ol style="list-style-type: none"> 1. 網頁太多分頁，在同個網頁處理即可。 2. 大量使用圖片，導致有些電腦跑很慢。 3. 字體顏色與主體色調極為相似。

資料來源：本研究整理

Coco 壹番屋

表 2-7. Coco 壹番屋分析

<p>網站圖片</p>	
<p>網址</p>	<p>http://www.ichibanya.com.tw/</p>
<p>特色</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 首頁有完整的料理圖片吸引客人 2. 版面設計簡單明瞭，版面配色沒有衝突 3. 料理內容鮮明表現，資料齊全
<p>缺點</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 活動頁面，圖片顯示過小。 2. 自動換頁沒有效果。 3. 沒有地圖導覽功能，需自行查詢。

資料來源：本研究整理

咖哩娘

表 2-8. 咖哩娘分析

<p>網站圖片</p>	
<p>網址</p>	<p>http://www.carri-m.com/</p>
<p>特色</p>	<p>各分店都有地圖，讓消費者方便查詢。 菜單除中文外還加上英文及日文。 擁有網站導覽功能，方便尋找相關資訊。</p>
<p>缺點</p>	<p>首頁與主頁內容，套餐沒有同步。 過於強調加盟事宜。 快報部分，連結至 facebook 粉絲團，但名稱部分為 亂碼。</p>

資料來源：本研究整理

本家咖哩

表 2-9. 本家咖哩分析

<p>網站圖片</p>	
<p>網址</p>	<p>http://curryhousebonka.com/a/_yubenjiakali/</p>
<p>特色</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 活動方案明確，並放置於首頁，讓消費者進入就能得知最新消息。 2. LOGO 搭配店名，令人印象深刻。
<p>缺點</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 首頁過於複雜，太多不同的訊息同時呈現。 2. 部分文字過小，不便觀看。 3. 食材、鍋底等，圖片太小，體會不出精緻感無法吸引消費者。

資料來源：本研究整理

A. 特色探討：

1. 咖哩與食材清楚的顯示，並有精緻的圖片搭配，有助於觀看者食慾提升。
2. 媒體報導等訊息，除了能吸引目光，更能提升對店家的信賴感。
3. LOGO 的樣式，更能深刻的印在觀看者的腦海中，成為一大特色。
4. 生動活潑的表達方式，更能貼近於觀看者，除了有耳目一新的感覺外，也有種溫暖的感受。

B. 缺點探討：

1. 版面配置與色系，是觀看者的第一印象，在這個方面，有許多網站，在配置或者色系的選擇上，有些不妥，影響整體觀感。
2. 在追求美感的同時，總會用 FLASH 來表現，但是大量地使用 FLASH，會導致於有些電腦執行不順。
3. 方便性的重要，是最需注意的特點，字體顯示過小、沒有提供地圖導覽、按鈕標示不清楚等，在眾多不便利的情況下，容易使得對網站評價下降。
4. 網站製作後，應該注意是否有缺失，以避免網站連結錯誤等情況發生。
5. 整體內容應該清楚表達，藉此吸引觀看者，但是應該避免過多不同訊息，集中在同一個頁面，否則會有偏題的可能。

第參章 研究內容與方法

第一節 研究架構

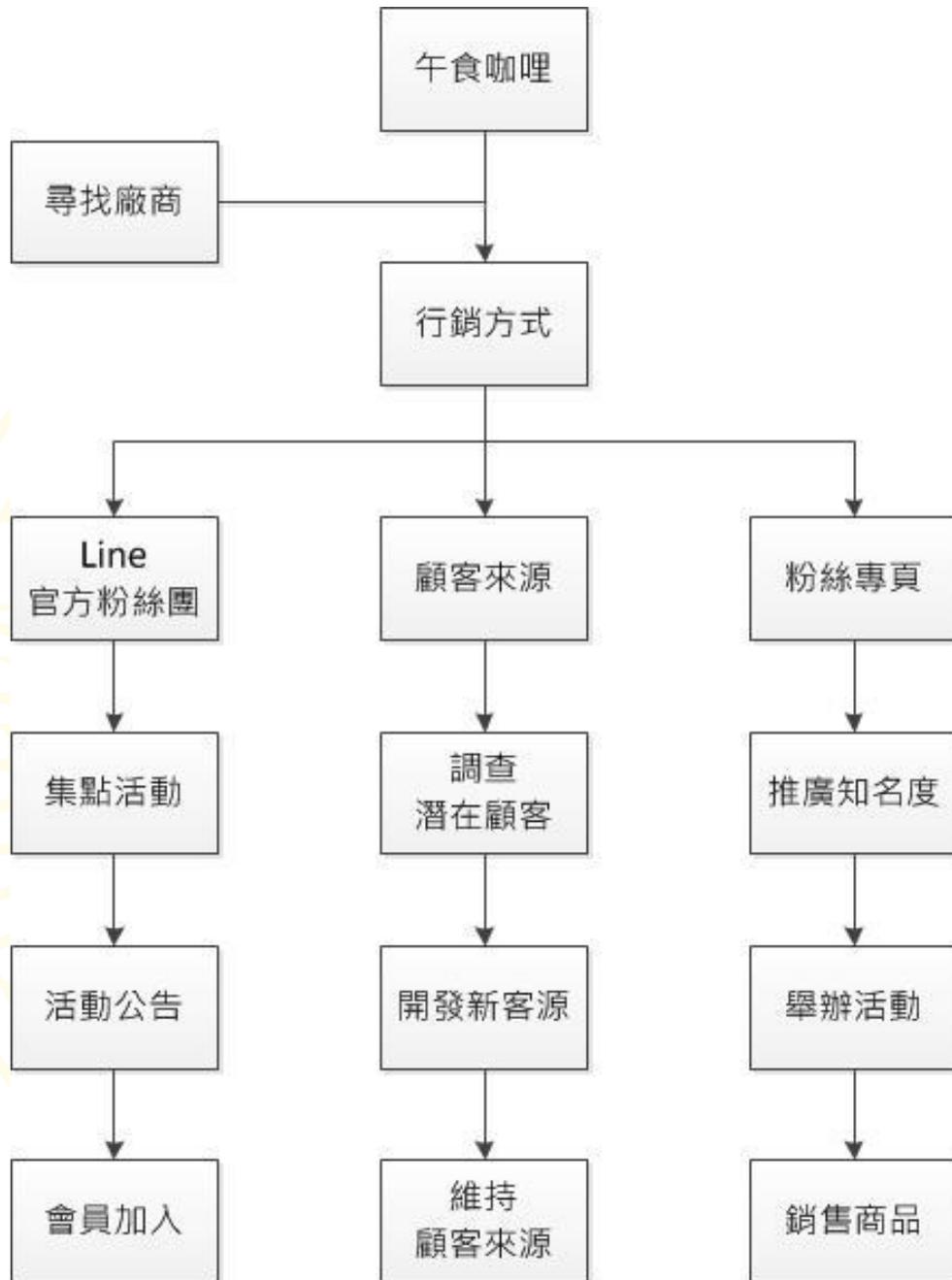


圖 3-1. 研究架構

資料來源：本研究整理

第二節 研究假說

- 假說一：網路行銷與店家營業額成正比。
- 假說二：知名度及營業額與店家成長成正比。
- 假說三：網路行銷標準流程與店家價值成正比。

第三節 問卷設計

網路行銷-午食咖哩

親愛的受訪者 您好：

這是一份關於「美食粉絲團問卷」，採用匿名設計；您所提供的資料將予以保密，僅供本研究分析使用，不會做任何商業的用途，亦不會洩漏任何可辨識的個人資料，請您安心填寫問卷。您的寶貴意見將成為本研究的重要資訊。

本問卷需佔用您一點時間填答，問題並無標準或對錯，請依照您心中主觀感受與想法進行填答，謝謝！

敬祝

平安快樂

致理科技大學 資訊管理系

指導老師：張慧 老師

專 題 生：午食咖哩 全體成員

繼續

請勿利用 Google 表單送出密碼。



圖 3-2. 問卷設計-開場白

網路行銷-午食咖哩

選擇餐廳部分

您會從何處得知餐廳資訊? (複選)

- 報章雜誌
- 美食App
- 臉書粉絲團
- 傳單
- 網路論壇
- 親朋好友
- 新聞媒體
- 其他： _____

您選擇到某家餐廳用餐的考慮因素? (複選)

- 餐廳地點
- 餐廳布置
- 餐廳衛生
- 餐廳價位
- 餐廳種類
- 服務態度
- 其他： _____

圖 3-3. 問卷設計-選擇餐廳部分 1

您選擇餐廳時會著重餐廳美食而忽略餐廳距離因素?

- 是的。我著重餐廳美食而忽略餐廳距離因素。
- 不是的。我著重餐廳距離而忽略餐廳美食因素。
- 我兩項因素都同時考慮。

返回

繼續

圖 3-4. 問卷設計-選擇餐廳部分 2



您會使用網路尋找餐廳美食?

- 會
- 不會

您會瀏覽餐廳粉絲團內容?

- 會
- 不會

您會定期關注餐廳粉絲團的評價內容?

- 會
- 不會

您會以餐廳粉絲團的評價內容做為您評論該餐廳的依據?

- 會
- 不會

您會希望餐廳粉絲團提供特定節慶餐點優惠活動?

- 會
- 不會

您會希望餐廳粉絲團提供優惠卷下載?

- 會
- 不會

圖 3-5. 問卷設計-選擇餐廳部分 3

您會希望餐廳粉絲團介紹餐點食材相關知識?

- 會
- 不會

您會希望餐廳粉絲團提供餐點料理教學資訊?

- 會
- 不會

圖 3-6. 問卷設計-選擇餐廳部分 4



您的性別?

男

女

您的年齡?

12歲以下

12-17歲

18-25歲

26-35歲

36-50歲

50歲以上

您的職業?

學生

軍公教

工業

商業

家管

自由業

服務業

其他： _____

圖 3-7. 個人資料

一、問卷回覆

您會希望餐廳粉絲團提供特定節慶餐點優惠活動? (278 則回應)

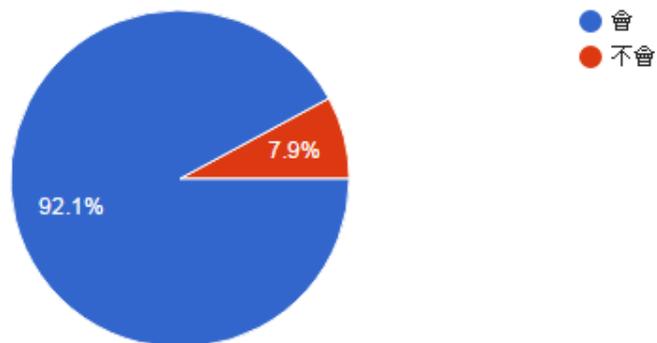


圖 3-8. 問卷回覆-餐廳粉絲團 1

根據問卷可以了解到對大多數的消費者而言，店家若能推出特定節慶的優惠活動更能吸引他們前往消費。

您會希望餐廳粉絲團提供優惠卷下載? (278 則回應)

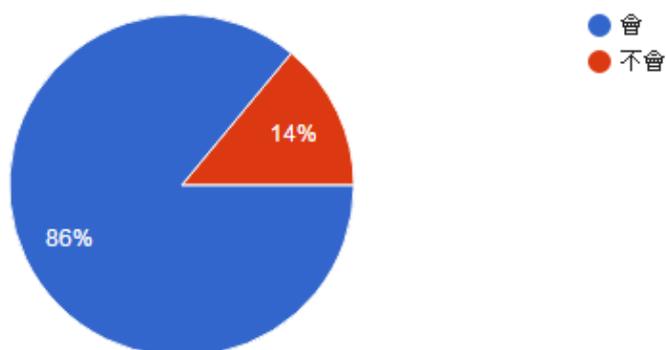


圖 3-9. 問卷回覆-餐廳粉絲團 2

除了希望店家推出特定節慶的優惠活動之外，也可以看到絕大多數的消費者期望能透過其他方式取得優惠。

您會希望餐廳粉絲團介紹餐點食材相關知識? (279 則回應)

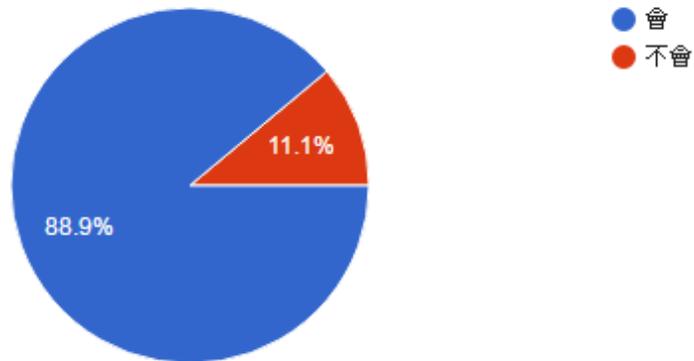


圖 3-10. 問卷回覆-餐廳粉絲團 3

對大多數的消費者來說，若能了解到餐點食材的相關知識，不論是食材的來源或是食材的處理方式，更能讓他們安心用餐。

您會希望餐廳粉絲團提供餐點料理教學資訊? (277 則回應)

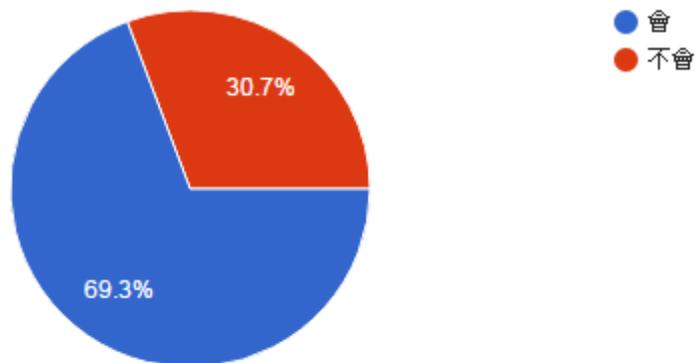


圖 3-11. 問卷回覆-餐廳粉絲團 4

除了到店用餐之外，客人們大多也希望能透過粉絲團的料理教學在家料理出一桌佳餚。

您的性別? (276 則回應)

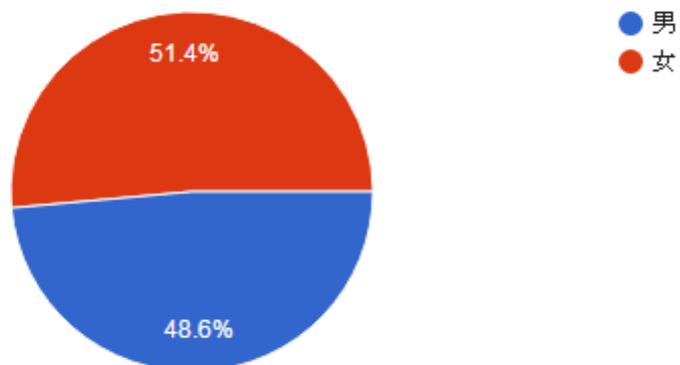


圖 3-12. 問卷設計-性別

您的年齡? (279 則回應)

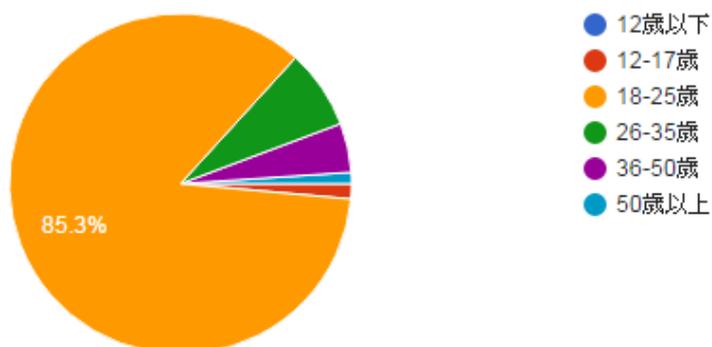


圖 3-13. 問卷設計-年齡

藉由圖 3-12 及圖 3-13 可以得知，男生願意填表的高達 48%，女生則是 51%，年齡分布約在 18~25 歲為大宗，由此可知臉書上社群好友居多為 18~25 歲，所以在推廣粉絲團的時候，可以透過上述問題了解年輕族群的喜好。

您的職業? (277 則回應)

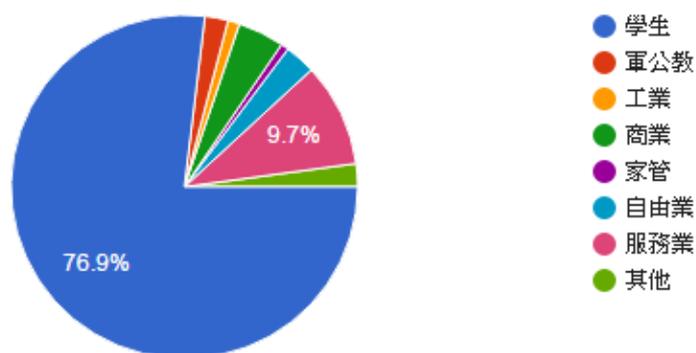


圖 3-14. 問卷設計-職業

由此問卷可知，職業分布圖以學生為主，同時消費族群以學生為研究大宗分析與定義未來的活動考量。

二、問卷分析

以上是我們做的問卷的回應數據，我們總共訪問了 281 人，男女比例將近各佔一半，大部分的填卷者是介於 18-25 歲的人居多(85.3%)，職業大多是學生(76.9%)，基於以上數據我們這份問卷主要填寫對象是大學生。

選擇餐廳部分我們從數據當中看到大部分的年輕大學生對於美食資訊的接受方式大部分是口耳相傳再來才是臉書粉絲團，在這個大數據的時代裡資訊傳達得很快，所以人與人之間很容易傳達資訊，所以一家餐廳的口碑很重要，只要口碑做起來其實很多人就會知道，再來我們也知道顧客選擇餐廳的原因較多是價位再來才是地段，如果價位合理地段又近或是交通方便，我相信客人都願意來吃飯，而且大多的客人都會考慮這兩樣，綜合以上我們得知大家選擇餐廳的因素是交通方便、食物好吃、價格合理。

使用網路的部分我們從數據得知現在大家都喜歡用網路去尋找美食，不管是用通訊軟體戶互相告知美食或是上美食 app 尋找，大家都願意上網尋找，而且大部分的人都會去瀏覽餐廳的粉絲團但他們都不會定期去關注，所以要怎麼讓客人關注我們的粉絲團是我們一大考題，大部分的人一開臉書粉絲團的時候都會看到個人評價，那個也是影響客人繼續瀏覽粉絲團的重大原因，如果客人看到不好的評價就不會對這家餐廳有興趣但如果是好的評價就會吸引客人留下來看看，我們也從數據上得知顧客的喜愛貼文，現在年輕大學生們熱愛優惠活動或是打卡送餐點，所以只要舉辦一些打卡活動不只能增加客源也能增加曝光率，而發放電子優惠卷既能增加客源也能不浪費紙張保護大自然，現今社會講求有機食品，所以大家會希望知道這道料理含有什麼食材跟成分，並且也希望自己能製作一些相關餐點，所以我們留住客人的方式可以定期舉辦料理優惠活動和墊子優惠卷的下載，粉絲團經營方面可以從每個禮拜介紹關於餐點食材及餐點調味及相關料理知識，這樣易於讓客人了解我們的用料是多麼的安全把關，這樣客人才會願意留下繼續觀看。

第肆章 分析結果

第一節 產業現況分析

近年來人們使用 3C 產品的時間大幅提升，其中大多數時間都在上網，傳統行銷成效已不在顯著，要如何透過網路擴大客群，讓更多人知道這家店，成為我們目前最重要的課題。

一、產業定義與市場區隔分析

中小型資本額餐館，有特色與其他商家不同口感的咖哩來做市場區隔。

二、產業成功關鍵的要素分析

平易近人的價格、豐富新鮮的餐點和濃郁爽口的好味道吸引客人。

三、產業上下游的價值鏈分析

上游為咖哩的原物料以及新鮮的肉品和蔬菜，原物料的價格浮動是店家必須掌控且關注控制的，也要把關與客人息息相關的食材令客人吃得安心；下游則為與客人之接接觸的餐廳本身，餐廳的布置、動線規劃、整體整潔等等都是讓客人直覺地留下印象的重要環節。

四、產業未來發展的趨勢分析

定義出「在地客群」和打造「區域品牌」。

抓住在地客群也提升客人的回流量，並打造出區域品牌令客人慕名而來或時而就可以想起本餐廳的美好味道。

第二節 個案公司分析

午食咖哩為實體小吃餐館，主要以販賣日式咖哩及醬烤雞排為主力產品，也有提供滿額外送，能服務到外帶內用及外送的客人，客源主力來自學生，上班族族群及附近居民，經過我們網路行銷的加持，一定會成為一間分常具有潛力的餐館。

一、個案公司商業模式與行銷策略分析

午食咖哩是一間餐館，商業模式為餐飲業，現況的行銷方法為傳統式的發菜單，DM 比較起網路行銷較需要更多人力。

(一)公司的主要政策為

1. 人力成本
2. 平價實惠
3. 現煮現賣

(二)推廣計畫

本專題午食咖哩(50 號咖哩)粉絲專業在各大節日舉辦相關優惠活動，提高專業知名度。

(三)以下為舉辦過活動的提案

預計在 10/31 推出萬聖節檔期活動

於 10/23 前整理出實體宣傳所需用品

於 10/26 至 FB 發文進行網路宣傳

於 10/24-29 至附近學區發廣告文宣宣傳

於 10/31 至午餐咖哩店家進行活動

萬聖節活動為來店內用或外帶消費達 70 元即可參加抽獎

現場抽出獎項並且進行頒獎

獎品內容為每賣出 10 份 1 張咖哩兌換券及大量精美糖果

也請來店的消費者一同到粉絲團打卡按讚

掌握第一手優惠及活動消息!!!

二、個案公司目標消費群與客層分析

午餐咖哩是位於巷弄中的美食餐館，是中午上班族、小家庭與晚自習晚歸學生的精力來源，來上一碗保證你精力充沛。

三、個案公司商品力分析

午餐咖哩是以銷售咖哩商品為主，和市場上許多咖哩店是一樣的，餐品的普及率很高，但我們有樣醬烤雞排是其他店家沒有的，其中的獨門醬汁，讓人顛覆吃雞排油膩的想法。

四、個案公司競爭者分析

在咖哩的市場上有很多知名店家，相較起來我們，午餐咖哩是一間小公司。

表 4-1. 同類型商家比較表

行銷手法 店家	網頁	餐點圖	媒體報導
午餐咖哩	 	√	
Coco 壹番屋	√	√	√
咖哩事典	√	√	√
本家咖哩	√	√	√
咖哩娘	√	√	√

第三節 午食咖哩網路行銷分析

網路的蓬勃發展，造成資料傳遞的迅速，也使得廣告、宣傳及消費型態有著重大的改變，在網路進行品牌行銷也成為非常重要的關鍵之一。

午食咖哩以新鮮食材現煮為原則，對於產品非常堅持，由於較缺乏網路推廣，因此希望透過網路推廣活動去吸引顧客，讓更多人認識及瞭解午食咖哩，並將午食咖哩的理念原則推廣出去，創造口耳相傳的口碑品牌，進而帶來龐大商機。

一、午食咖哩網路行銷現況分析

午食咖哩雖然已有創立粉絲專頁，不過先前店家缺少管理及回覆，導致粉絲專頁乏人問津。現在由我們開始接手經營粉絲專頁管理，我們目前已固定一週發出兩篇文章，介紹餐點及分享咖哩心得，讓粉絲專頁持續更新而保持活動狀態，希望能藉此持續曝光粉絲專頁，然而目前來店顧客還是當地人居多，網路行銷的部分效益還未有明顯突破，不過先前已有顧客透過粉絲專頁向我們詢問並且訂購咖哩，讓我們網路行銷開始有了一些的改變了。

二、午食咖哩網路行銷策略分析

市面上的咖哩店已相當的多了，概觀了大部分的咖哩店，在網路上較知名的咖哩名店，大多都以經營粉絲專頁為重要關鍵之一。因此午食咖哩首先將投入粉絲專頁的經營，我們首先將以一週發出兩篇文章及推出打卡按讚分享給予優惠，刺激顧客瀏覽粉絲專頁，憑藉著撐高粉絲專頁人氣以提升店家知名度。

三、午食咖哩 SWOT 分析

午食咖哩其優勢在於產品，美味與使用新鮮食材當天現煮是店家的最大特色；劣勢在於地理位置，店家附近缺乏知名地標及景點，所以造成店家知名度提升的困難度；機會在於網路行銷，透過網路力量打破地理限制，將店家著實的推廣出去；威脅在於市場，市面上已有相當多的咖哩名店，能否擠身之內、打動消費者是一大關鍵。

表 4-2. SWOT 分析

<ul style="list-style-type: none"> • 產品食材新鮮 • 產品口味獨特 • 餐點 CP 值高 • 鄰近捷運站 • 可外送餐點 	<ul style="list-style-type: none"> • 招牌較不顯眼 • 周圍缺乏知名地標及景點
優勢	劣勢
<ul style="list-style-type: none"> • 執行網路品牌行銷 • 發展網路通路 • 提供線上點餐 • 提供電子式集點卡 	<ul style="list-style-type: none"> • 市場上類似店家眾多 • 位於美食街，競爭激烈
機會	威脅

第四節 活動目錄

表 4-3. 活動目錄表

活動名稱	活動日期	帶來效益
Treat or trick 不給糖就送咖哩	2016/10/31	已觸及 208 人 文章按讚數 6 人 1 次分享
午餐咖哩・聖誕限定	2016/12/24 ~ 2016/12/31	已觸及 230 人 文章按讚數 11 人 1 次分享
午餐招財報	2017/2/2 ~ 2017/2/5	已觸及 182 人 文章按讚數 7 人 1 次分享
午餐三八招財報	2017/3/8	已觸及 300 人 文章按讚數 9 人 1 次分享
午餐咖哩-試吃快閃活動	2017/5/20	已觸及 1010 人 文章按讚數 275 人 15 次分享 13 則留言
午餐咖哩直播影片	2017/5/22	已觸及 1078 人 文章按讚數 12 人 5 次分享 39 則留言 322 次瀏覽

資料來源：本研究整理

一、活動結案報告

活動名稱：

Treat or trick 不給糖就送咖哩

計畫目標：

首次為店家籌備網路行銷專案計畫，希望帶來 150 次瀏覽次數，藉此跨出網路行銷的第一步。

成果效益檢討：

本次活動觸擊率為 208 人，超出預期人數 58 人，業績也確實比平常提升不少，就第一次活動來說，已達到我們的標準。

活動成果：



已觸及208名用戶

加強推廣貼文

讚

留言

分享

圖 4-1. 活動結案報告

資料來源：本研究整理

活動名稱：

午食咖哩・聖誕限定

計畫目標：

搭上聖誕節到跨年這段時間的休假氣氛舉辦活動，希望透過此活動達到粉絲團的讚數成長的目的，此次目標為讚數成長 10%。

成果效益檢討：

本次活動文章案讚次數達到 8 次，粉專讚數則是提高 25 次，成長率達 16%，已達我們此次目標標準。順帶一題觸擊用戶也有提高趨勢。

活動成果：



已觸及230名用戶

加強推廣貼文

讚 留言 分享

午食咖哩 [50號咖哩]、Alex Gi、偉翔陳和其他 8 人

依時間排列

1次分享

只要在12/24~12/31這段期間到我們FB粉絲團及這則貼文按個讚，就可獲得餐點折扣”5元”的優惠唷。優惠麻煩顧客在購買前，就先按好讚，然後在結帳時出示即可哦！

歡迎各位在這寒冷的天氣前來，【午食咖哩】將會為您獻上最溫暖及美味的咖哩唷！

#天冷多注意保暖

#聖誕好禮

圖 4-2. 活動結案報告

資料來源：本研究整理

活動名稱：
午食招財報

計畫目標：
此次活動為搶攻新年商機，因此設計二個階段進行，希望讓顧客有領紅包的感覺，藉此提升觸擊率及讚數。此次目標將提升文章案讚數達 20%觸及率 25%。

成果效益檢討：
因本次活動規劃不完善，內容也與第一次及第二次活動內容雷同，文章發表的時間及推廣沒有做好，影響直接顯現在數據上，活動帶來成效不高，粉絲專頁案讚數僅提高 10 人並無明顯成長，文章觸及率與上次相比則是下降 10%。

活動成果：

The image displays the results of a promotional activity. On the left, there are two promotional posters for '午食咖哩' (Lunch Curry). The top poster, dated 2/2-2/5, promotes a 'New Year Red Packet Drawing' and 'Gifts for In-store Customers'. The bottom poster, dated 2/6-2/10, promotes 'Discounts for Good Reviews'. On the right, a screenshot of a Facebook post is shown. The post features a photo of a bowl of lunch curry with the text '午食咖哩 與您一起迎接 2017!!'. The post has received 182 views, 1 like, and 1 share. The user interface includes buttons for '讚' (Like), '留言' (Comment), and '分享' (Share), along with a '加強推廣貼文' (Boost Post) button.

圖 4-3. 活動結案報告

資料來源：本研究整理

活動名稱：

午餐三八招財報

計畫目標：

此次活動為響應國際女性人權日和專為女性粉絲設計的回饋活動，希望透過打卡方式讓更多人知道我們粉專及婦女節重要性。此次目標為鞏固女性顧客及提高粉專的打卡及分享率。

成果效益檢討：

觸及率明顯有提升，當天來店女性顧客增加非常多，幾乎每組客人都有打卡，打卡人數為 20 人，成功的達成預期目標。

活動成果：



圖 4-4. 活動結案報告

資料來源：本研究整理

活動名稱：

【午食咖哩-試吃快閃活動！！】

計畫目標：

我們這次活動大膽嘗試新穎的方式進行，我們以快閃結合時下最夯的直播抽獎的方式行銷推廣我們咖哩店，幾乎沒有店家使用過這種方式進行，希望透過創新行銷的方式，讓我們的知名度呈爆炸性的成長。目標粉專讚數提升1~2倍，觸擊率提高3倍以上。

活動名稱：

【午食咖哩-試吃快閃活動！！】

計畫目標：

我們這次活動大膽嘗試新穎的方式進行，我們以快閃結合時下最夯的直播抽獎的方式行銷推廣我們咖哩店，幾乎沒有店家使用過這種方式進行，希望透過創新行銷的方式，讓我們的知名度呈爆炸性的成長。目標粉專讚數提升1~2倍，觸擊率提高3倍以上。

成果效益檢討：

為期快1年的網路行銷操作，整合出很多數據，最後發現對於小店家來說，花錢投遞廣告比傳統網路行銷來得更有效率，以及爆炸性的成長，團隊所想出的本次活動果然不出所料，大家對有新噱頭的活動更喜歡參與

活動成果：

【午食咖哩-試吃快閃活動！！】

午食咖哩即將在5月20號中午12點舉辦試吃快閃活動~~

活動地點：捷運大坪林站1號出口

除了有吃之外當然也有獎品要送給大家啦

頭獎：時下最夯的---空拍機!!!

二獎：午食咖哩任一餐點兌換券乙張

三獎：午食咖哩100元餐券 2名

已觸及942名用戶

查看成果

讚 留言 分享

午食咖哩【50號咖哩】、沈豪政、高瑋智和其他 34 人 依時間排列

午食咖哩【50號咖哩】的直播影片。
由段啟維發佈 · 5月22日 21:07



已觸及1,076名用戶

加強推廣貼文



我我我~
二獎中獎者在此

謝謝你傳送訊息給我們。我們將盡快回覆，與你聯絡。



彭昱豪
查看個人檔案

哈裡哈裡~
恭喜你由中我們【午食咖哩-試吃快閃活動！！】的二獎！

然後要麻煩您~去直播影片抽取中獎圖片給我們粉絲團~我們確認後就會寄送獎品給您了喲！

謝謝您對午食咖哩的支持！

【午食咖哩-試吃快閃活動！！】午食咖哩即將...
Facebook

由趙子言所傳送



圖 4-5. 活動結案報告

第五章 結論與建議

網際網路發展不過數十年，其及時、互動、多媒體、低成本等特性的，對於傳統的商業活動已造成重大的變革。網路購物更是一種新興革命，無遠弗屆的網路市場，為買賣雙方創造了可觀的商機。

第一節 研究結果

透過網路的宣傳，FB 粉絲團按讚及打卡人數有明顯上升，來店消費者也確實變多，另外我們更透過 line 的官方粉絲團與消費者進行 1 對 1 互動，提供線上訂餐服務及電子式集點卡，不時舉辦專屬粉絲的活動，不讓客源流失。

第二節 研究建議

在專題研究前期我們思考方向著重在網路行銷的部分，透過網路的力量讓店家知名上升，藉此拓展更大的消費市場，配合創意及網路普及性，為店家帶來極大的商機。

透過這次的合作，我們學習了不少關於網路行銷的策略和溝通的技巧，也深深知道了網路的營響力，會帶給店家無限的利益及商機。未來將會更注重以消費者做導向，讓更多的消費者接受獲得更廣大的市場。

第三節 未來研究方向

因應現在趨勢及網路的普及化，虛實整合逐漸蓬勃發展，經由這次專題研究下來更是有切身體會，未來除了將會更注重以消費者做導向之外，本研究發現在虛實整合部分可以再做延伸，協助店家讓消費族群能夠透過網路，節省時間及增加便利性，增加消費者在線上點餐的意願，並希望配合美食外送 app，讓消費者不論在家、公司，不用出門就能享受熱呼呼的食物。

參考文獻

. 中文部分

- 方文昌 (2010)。《網路行銷概論》。台北市:華泰。
- 林南宏, et al. "產品知識及品牌形象對購買意願的影響-產品類別的干擾效果." 行銷評論 4.4 (2007): 481-504.
- 品牌知名度, 品牌形象, 與顧客滿意度關係之研究: 以連鎖速食業為例. 2009.
- 黃映瑀. "體驗行銷, 體驗價值, 顧客滿意, 品牌形象與行為意向關係之研究." 未出版碩士論文, 大葉大學, 彰化縣 (2005).
- 張右承(2015) "網路不是靠一個廣告就能定"
<https://www.smartm.com.tw/article/393632cea3>
- 張明輝. "企業管理理論在學校經營的應用及省思"
ntnu. edu. tw/~ minfei/artical/artical (schooladmin)-20. do c (2002).
- 張紹勳 (2000). "網際網路行銷之成功模式"
<http://cmr.ba.ouhk.edu.hk/cmr/oldweb/n11/201004.htm>
- 張瑋倫 (2012)。《電子商務與網路行銷》。旗標。
- 趙滿鈴 (2011)。《EEC 網路行銷特訓教材》。台北市:智勝。
- 劉文良 (2010)。《網際網路行銷(第三版)(第四版 2014)》。碁峰。
- 駱少康 (2014)。《網路行銷》。東華。
- 樂斌,陳苡任 (2011)。《電子商務(第七版)》。滄海書局。
- Dcplus 編輯團隊(2015).10 個 Facebook 行銷成功案例
<https://www.dcplus.com.tw/marketing-knowledge/optimizer/24398>
- Richard J. Gascoyne, Koray Ozcubukcu. "網路行銷與傳統行銷的差異"
<http://www.webnibbler.com/cht/PointAnalytics.aspx> (1997)

. 英文部分

SOP-MBA 智庫百科，<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/SOP>



附錄

附錄一 系統操作手冊



【專題執行計畫表】

組名	午餐咖哩		
組員	班級	學號	姓名
	資三 A	10310112	段啟維
	資三 A	10310122	趙子言
	資三 A	10310125	陳偉翔
	資三 A	10310129	季君霖
	資三 A	10310141	陳振昇
選定合作單位	名稱	午餐咖哩	
	負責人	郭志強	聯絡人 郭志強
	電話	02-29121317	電話 02-29121317
	地址	新北市新店區大豐路 50 號	
	業務描述	小資本額小吃店	
專題名稱	午餐咖哩-網路行銷		
	專題資訊系統功能描述 本網站將幫助小吃店改善經營方式，並提升營業額，提高此商家的競爭力		
指導老師簽名		日期	2016 年 10 月 01 日
備註			

【專題工作分配表】

組名	午食咖哩	填寫人	陳振昇
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	106年6月1日
姓名：	工作分配：		
段啟維	<p>Wor 部分：</p> <p>文件分工、2.2 品牌形象、4.2 個案公司分析、專案結案報、ppt 主講人、分配各項工作內容、協調組員之間狀況</p> <p>網路行銷部分：</p> <p>構思活動、整合意見、活動統籌、活動檢討、粉專回覆、聯絡廠商</p>		
陳偉翔	<p>Wor 部分：</p> <p>資料搜集、會議記錄、甘特圖、PPT 製作、資料統整、協調組員之間狀況</p> <p>網路行銷部分：</p> <p>活動傳單、活動宣傳圖、網頁製作、美術指導、看板繪製</p>		
陳振昇	<p>Wor 部分：</p> <p>PPT 製作、需求訪談紀錄表、需求訪談計畫表、專題工作分配表</p> <p>網路行銷部分：</p> <p>Line@經營、幫店家製作 excel 紀錄表、</p>		
趙子言	<p>Wor 部分：</p> <p>活動圖、資料詞彙、使用個案圖、類別圖、專案結案報告</p> <p>網路行銷部分：</p> <p>粉專發文、與粉絲互動</p>		
季君霖	<p>Word 部分：</p> <p>開發工具清單、使用者操作手冊、測試相關計畫</p> <p>網路行銷部分：</p> <p>活動策劃、網站架設</p>		

【GANTT 圖】

組名	午餐咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	106年3月1日

以下為此專案的 GANTT 圖(甘特圖)，長條圖代表任務工作，其長度代表執行時間之長短，用不同顏色代表工作之性質，藍的長條圖為「專案起草」工作，長度為 4 週工作時間，紅色長條圖為「需求分析」工作，長度為 2 週工作時間，綠色長條圖為「系統分析」工作，長度為 3 週工作時間，最後橘色長條圖為「系統設計」工作，長度為 2 週工作時間，此專案從 2017 年 3/10 日開始，預計在 2017/5/19 日完成。

識別碼	工作名稱	開始	結束	期間	2017年3月				2017年4月				2017年5月			
					3/10	3/17	3/24	3/31	4/7	4/14	4/21	4/28	5/5	5/12	5/19	5/26
1	專案起草	3/10	3/31	4 W	[Blue bar from 3/10 to 3/31]				[Red bar from 4/7 to 4/28]							
2	需求分析	4/1	4/14	2 W												
3	系統設計	4/15	5/5	3 W					[Green bar from 4/21 to 5/5]							
4	系統調整	5/6	5/19	2 W									[Orange bar from 5/12 to 5/19]			

【開發工具清單】

組名	午餐咖哩	填寫人	季君霖
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	105年10月10日

名稱	功用
Apache	架站的伺服器
MySQL	網站後臺資料庫
Joomla	架站程式
000hostweb	網站頁面設計



【需求訪談計畫表】

組名	午食咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	105年10月10日
<p>網路行銷方面：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.需要年度行銷計劃表還是活動前2周告知店家即可 2.fb 粉絲專頁的管理權限老闆們需要嗎 3.萬聖節活動需求 4.店家是否能提供活動當天銷售紀錄及前後2周銷售紀錄 5.是否需要幫忙製作新 DM 6.店家整體裝潢要更有主題性及顯眼 7.店家提供附近競爭對手資訊 8.店家還需要我們提供甚麼幫助 <p>資訊整合方面：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.是否需要我們幫忙架一個網站 2.內容需要甚麼 3.是否要開放線上訂餐 4.有需要會員制嗎 5.專題結束後誰要負責管理 			

【需求訪談紀錄表】

組名	午食咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	105年10月12日
<p>105.10.12 會議紀錄 主持人：段啟維 會議記錄：陳偉翔 地點：午食咖哩</p> <p>網路行銷方面：</p> <p>1.需要年度行銷計劃表還是活動前2周告知店家即可 Ans：請提供年度行銷計劃表方便店家內部先進行討論</p> <p>2.fb 粉絲專頁的管理權限老闆們需要嗎 Ans：需要，只要一位老闆進去就好，這樣才能看成長狀況</p> <p>3.萬聖節活動需求 Ans：行銷方針討論及當天人手配置，因應當天人手不足希望專題成員也能下去幫忙</p> <p>4.店家是否能提供活動當天銷售紀錄及前後2周銷售紀錄 Ans：可以提供</p> <p>5.是否需要幫忙製作新 DM Ans：有請人重新製作，我們僅要負責網路行銷部份</p> <p>6.店家整體裝潢要更有主題性及顯眼 Ans：礙於經費不足，且重新裝潢曠日廢時，所以暫不打算，請我們另外提供想法</p> <p>7.店家提供附近競爭對手資訊 Ans：統整好後再給我們</p> <p>8.店家還需要我們提供甚麼幫助 Ans：因為辦活動時會來很多客人，希望我們往後都能下去幫忙</p>			

【需求訪談紀錄表】

組名	午食咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	105年10月12日
<p>105.10.12 會議紀錄</p> <p>主持人：段啟維 會議記錄：陳偉翔 地點：午食咖哩</p> <p>資訊整合方面：</p> <p>1. 是否需要我們幫忙架一個網站 Ans：如過我們專題需要的話可以架看看</p> <p>2. 內容需要甚麼 Ans：餐點介紹、活動資訊、不定期優惠活動、當日推薦</p> <p>3. 是否要開放線上訂餐 Ans：暫不考慮，如剛剛所說的人手不足，無法面面俱到</p> <p>4. 有需要會員制嗎 Ans：會員制希望用在別的地方，不要用在網路上，看有沒有更好的地方可以用</p> <p>5. 專題結束後誰要負責管理 Ans：這部分內部還在討論，如果可以，希望專題結束後我們能繼續幫忙，會支付薪資</p> <p>臨時動議： 無</p> <p>下次開會時間：105.11.10</p>			

【需求訪談計畫表】

組名	午餐咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	105年11月8日
<p>網路行銷方面：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.對於年度銷售計畫表之建議或看法 2.萬聖節活動檢討 3.店家經營方向 4.簡單介紹 line@ 5.關於辦活動希望組員下去幫忙 6.希望能提供餐點以供拍攝使用 7.下一檔期活動想法 <p>資訊整合方面：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.對於網站雛型老闆有甚麼建議 2.會員制方法移到 line@實施 			

【需求訪談紀錄表】

組名	午食咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	105年11月10日
<p>105.11.10 會議紀錄</p> <p>主持人：段啟維 會議記錄：陳偉翔 地點：午食咖哩</p> <p>網路行銷方面：</p> <p>1. 對於年度銷售計劃表之建議或看法 Ans：可再增加活動，關於優惠方式及辦法以不影響到店員為主</p> <p>2. 萬聖節活動檢討 Ans：當日營收有比平常多很多，很感謝有我們幫忙，但希望也配合傳統行銷方式，增加更多業績</p> <p>3. 經組員討論後關於店家經營方向是否可以溫馨為主 Ans：可以配合，以 fb 宣傳及店家裝潢稍微改變來達到目的</p> <p>4. 簡單介紹 line@ Ans：請我們先行試用及研究後，再行討論</p> <p>5. 關於辦活動希望組員下去幫忙 Ans：經組員與老師討論後，因專題為網路行銷，所以組員不能下去幫忙，還請店家見諒。</p> <p>6. 希望能提供餐點以供拍攝使用 Ans：可以，若要拍攝請提前告知</p> <p>7. 下一檔期活動想法 Ans：聖誕節檔期討論</p> <p>資訊整合方面：</p> <p>1.對於網站雛型老闆有甚麼建議 Ans：基本上還可以，唯圖片需再重新拍攝</p> <p>2.會員制方法移到 line@ 實施 Ans：如上面所說，請我們先行試用及研究後，再行討論是否合適</p> <p>臨時動議： 無</p> <p>下次開會時間：105.12.9</p>			

【需求訪談計畫表】

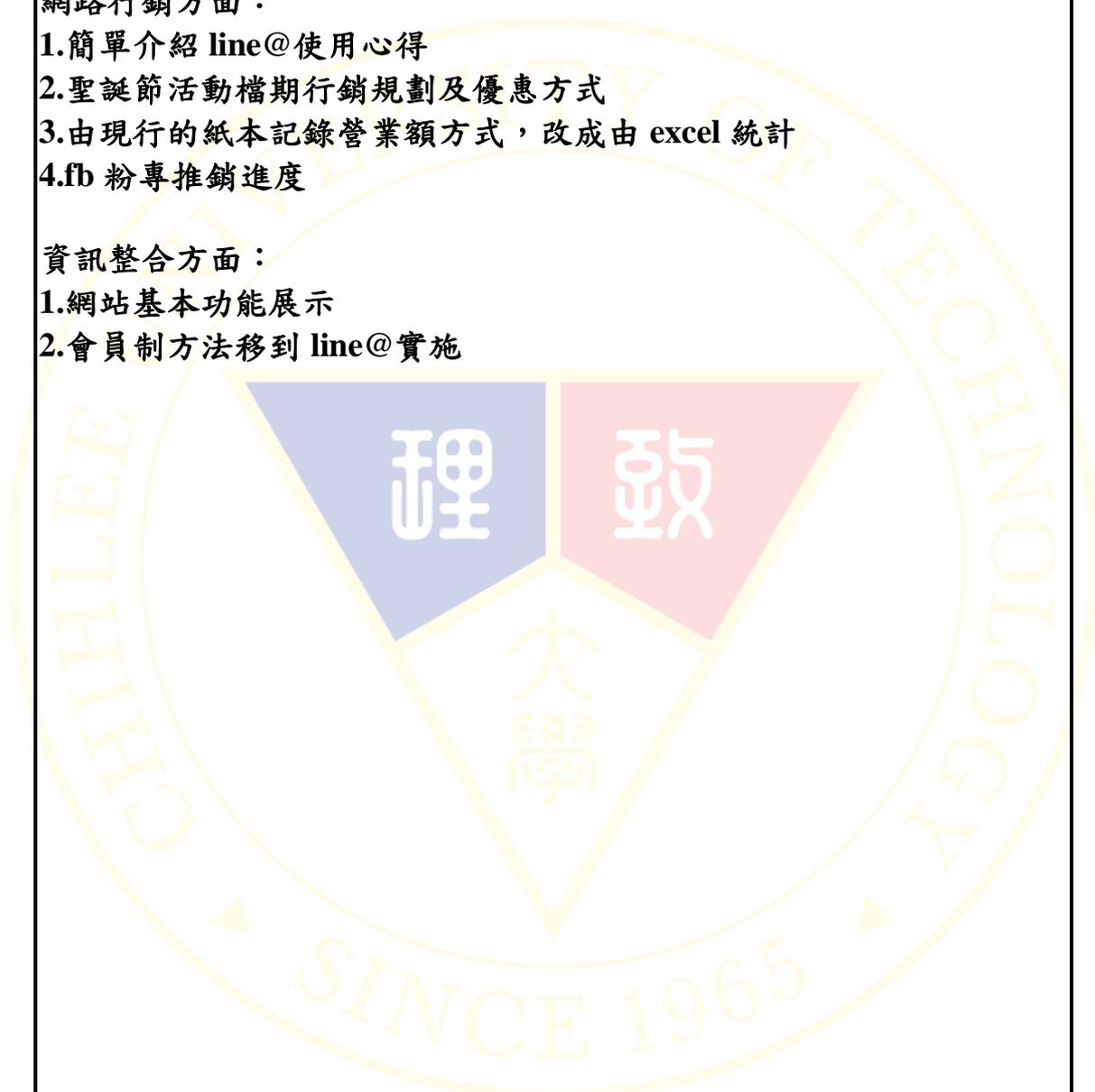
組名	午食咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	105年12月7日

網路行銷方面：

1. 簡單介紹 line@使用心得
2. 聖誕節活動檔期行銷規劃及優惠方式
3. 由現行的紙本記錄營業額方式，改成由 excel 統計
4. fb 粉專推銷進度

資訊整合方面：

1. 網站基本功能展示
2. 會員制方法移到 line@實施

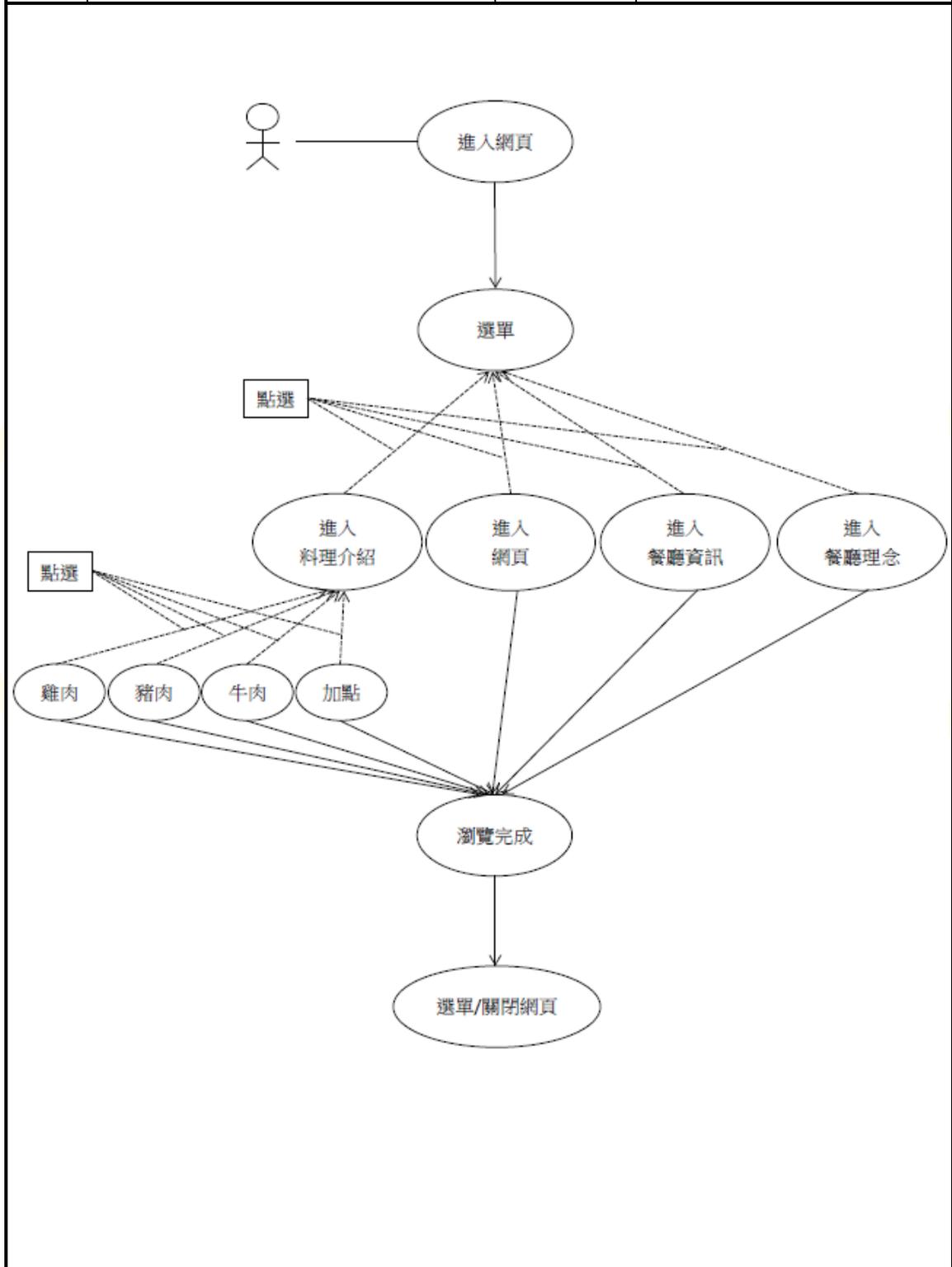


【需求訪談紀錄表】

組名	午食咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	105年12月9日
<p>105.12.9 會議紀錄</p> <p>主持人：段啟維 會議記錄：陳偉翔 地點：古早傳說</p> <p>網路行銷方面：</p> <p>1. 簡單介紹 line@使用心得 Ans：既然我們覺得可以，那就嘗試看看，但每週需報告使用狀況</p> <p>2. 聖誕節活動檔期行銷規劃及優惠方式 Ans：優惠盡量不要以 95 折之類的方式，建議改成折 5 元的方法，較不會造成店員結帳時的困擾，行銷方式 ok，但須由我們去告訴店員活動方法，外送是否適合此活動方式，由店裡內部進行討論後再告訴我們</p> <p>3. 由現行的紙本記錄營業額方式，改成由 excel 統計 Ans：因店家不擅使用電腦，故由我們幫忙做 excel 表格並套用，但希望我們不要做太複雜，避免使用上有太多問題</p> <p>4. fb 粉專推銷進度 Ans：經組員討論後覺得要提高曝光度，需常常發文，決定每週五發一篇餐點介紹，抑或是噓寒問暖，再由我們幫忙發一篇關於咖哩的網誌，介紹咖哩的好處及歷史，藉此達到曝光效果</p> <p>資訊整合方面：</p> <p>1. 網站基本功能展示 Ans：餐點介紹是否能改成下拉式選單，應該會比較好看</p> <p>2. 會員制方法移到 line@實施 Ans：line@有電子式集點卡，可作為會員專屬使用，亦可配合活動進行集點，由我們幫忙製作集點用的 QR code，集點時只需掃描即可，不會造成店員太多額外負擔</p> <p>臨時動議：</p> <p>創一個 line 群組，有任何問題直接透過 line 進行討論，減少開會次數 下次開會時間：暫無</p>			

【使用個案圖】

組名	午食咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	106年4月3日



【藍圖】

組名	午食咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	106年4月3日

【藍圖】

組名	午食咖哩	填寫人	陳偉翔
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	106年4月3日

【資料詞彙】

組名	午食咖哩	填寫人	趙子言
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	106年4月3日

<<選單>>

編號	欄位名稱	型態	規格/格式	範例
A1	按鈕-首頁	Button	ImageButton,Text	首頁
A2	按鈕-餐廳資訊	Button	ImageButton,Text	餐廳資訊
A3	按鈕-料理介紹	Button	ImageButton,Text	料理介紹
A4	按鈕-餐廳理念	Button	ImageButton,Text	餐廳理念

<<首頁>>

編號	欄位名稱	型態	規格/格式	範例
B1	按鈕-more	Button	ImageButton,Text	more
B2	按鈕-公告欄項目	Button	ImageButton,Text	公告欄項目
B3	按鈕-介紹欄項目	Button	ImageButton,Text	介紹欄項目

<<餐廳資訊>>

編號	欄位名稱	型態	規格/格式	範例
C1	文字-營業時間	Varchar(100)	Text	營業時間
C2	文字-提供服務	Varchar(100)	Text	提供服務
C3	按鈕-交通資訊	Button	ImageButton,Text	交通資訊

<<料理介紹>>

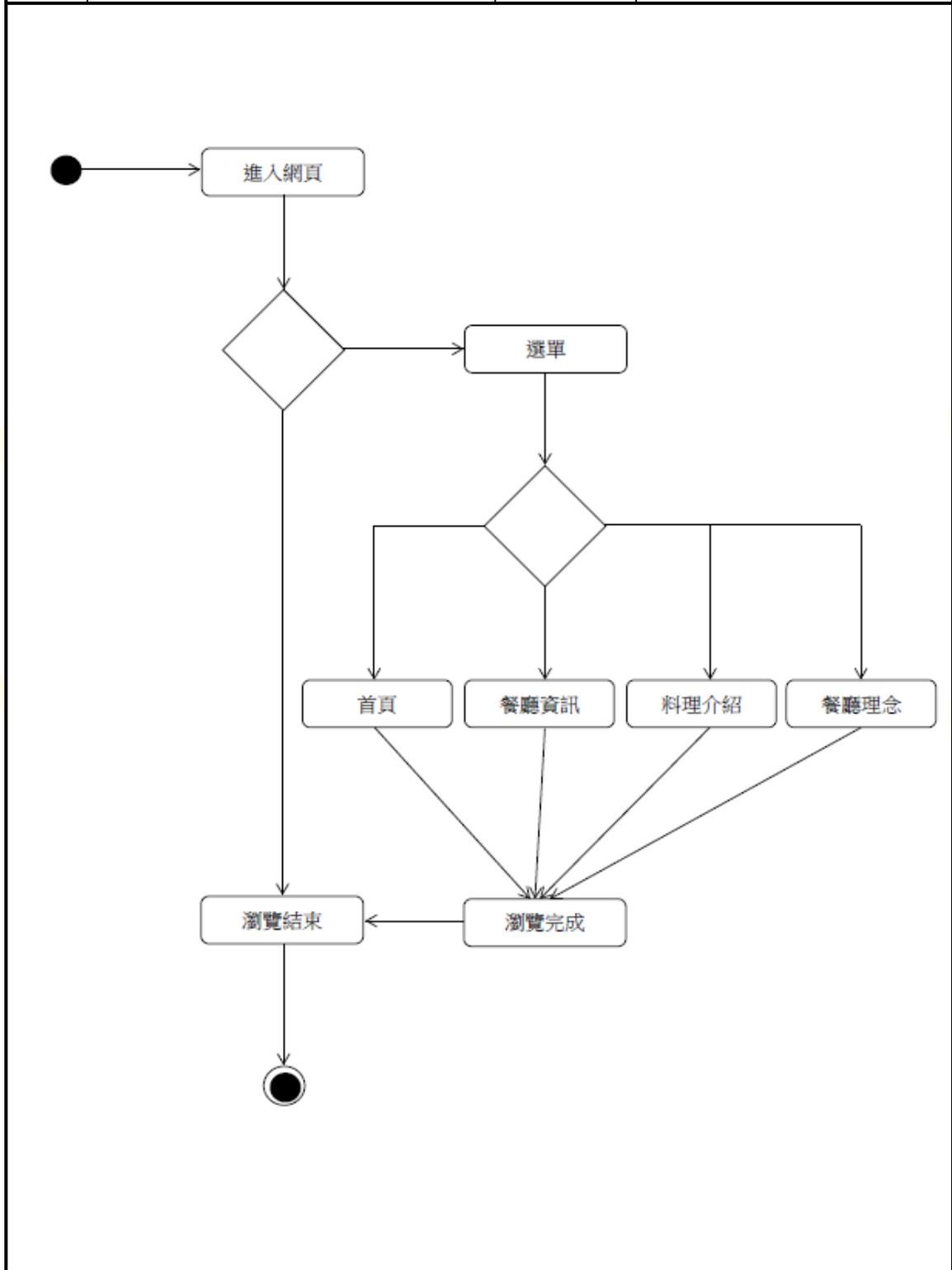
編號	欄位名稱	型態	規格/格式	範例
D1	按鈕-豬肉料理	Button	ImageButton,Text	豬肉料理
D2	按鈕-牛肉料理	Button	ImageButton,Text	牛肉料理
D3	按鈕-雞肉料理	Button	ImageButton,Text	雞肉料理
D4	按鈕-加點	Button	ImageButton,Text	加點

<<餐廳理念>>

編號	欄位名稱	型態	規格/格式	範例
E1	文字-餐廳理念	Varchar(1000)	Text	餐廳理念

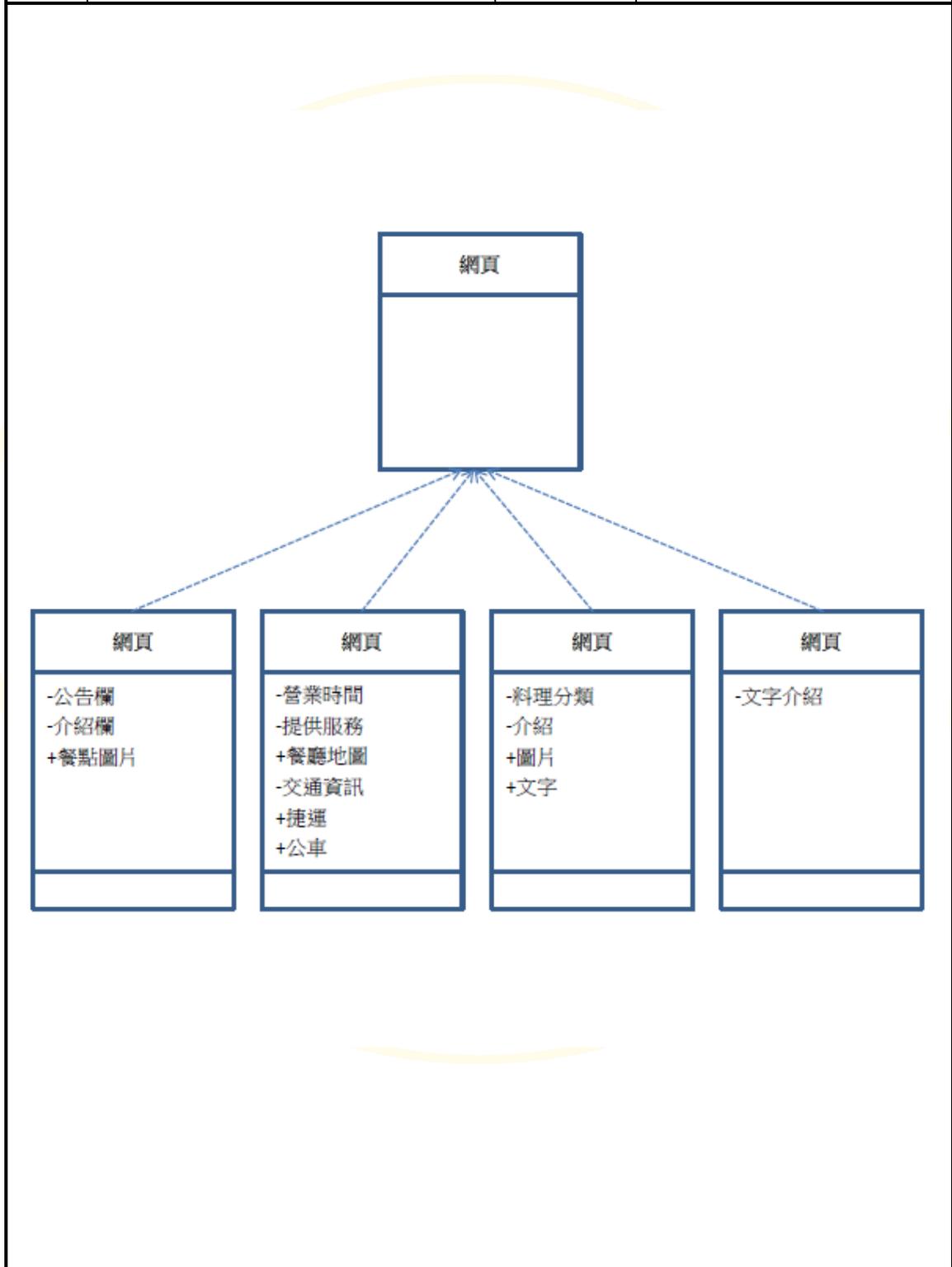
【活動圖】

組名	午餐咖哩	填寫人	趙子言
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	106年4月3日



【類別圖】

組名	午食咖哩	填寫人	趙子言
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	106年4月3日



【使用者操作手冊】

組名	午食咖哩	填寫人	季君霖
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	106年4月3日
畫面編號	01	畫面名稱	本餐廳的官方網站
系統畫面	 <p>The screenshot shows the restaurant's official website. At the top, there are three bowls of curry rice topped with a large piece of fried chicken, corn, and carrots. Below this, there is a smaller image of a bowl of curry rice with chopsticks. To the right of the smaller image, there is a Facebook share button that says '1.3K people like this. Be the first of your friends.' Below the Facebook button, there is a red heading '歡迎來到午食咖哩' (Welcome to Bedfast Paces). Underneath, there are several lines of text in Chinese, including a question '您是否喜歡咖哩濃香的口味呢?' and a list of items: '午食咖哩', '午食咖哩', '午食咖哩', '午食咖哩', '午食咖哩', '午食咖哩', '午食咖哩', '午食咖哩', '午食咖哩', '午食咖哩'. At the bottom right, there is a small logo for 'Powered by 000webhost'.</p>		
	操作說明	<p>輸入網址：http://bedfast-paces.000webhostapp.com/即可進入本餐廳的官方網站，網站首頁有餐廳營業時間和餐廳簡單介紹，還可以幫我們的臉書粉絲團按讚。</p>	

【使用者操作手冊】

組名	午食咖哩	填寫人	季君霖
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	106年4月3日
畫面編號	02	畫面名稱	餐點介紹
系統畫面			
	操作說明	<p>點進餐點介紹會有我們料理介紹，還有餐點食材的介紹和相關餐點介紹，想了解我們的餐點都可以點進來看，而且還有相關食材料的推薦，口感的部分在上面都有說明。</p>	

【使用者操作手冊】

組名	午餐咖哩	填寫人	季君霖
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	106年4月3日
畫面編號	03	畫面名稱	聯絡我們
系統畫面			
操作說明	<p>進入聯絡我們的頁面，可以發現頁面左方有餐廳的聯絡電話和地址，右方則是給顧客留言給我們的功能，我們會盡快回復顧客的問題，下方則是提供新顧客找尋我們店的地點的 google 地圖</p>		

【使用者操作手冊】

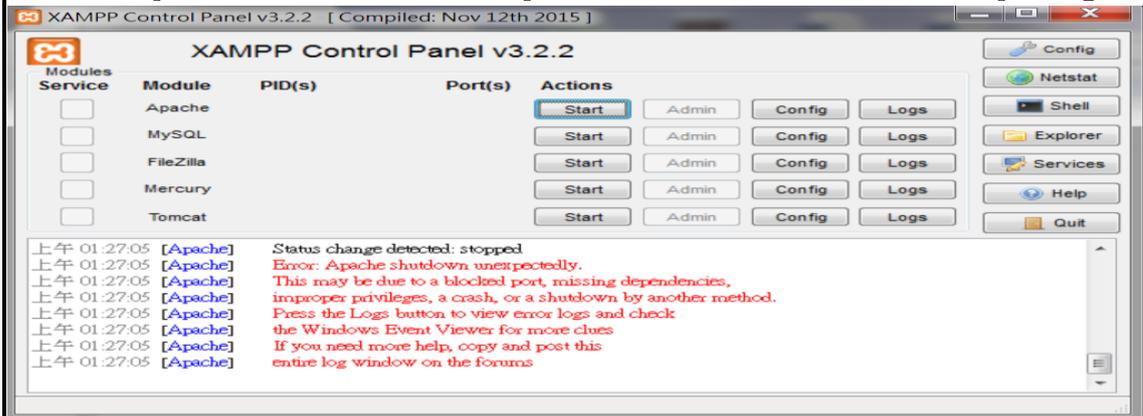
組名	午食咖哩	填寫人	季君霖
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	106年4月3日
畫面編號	04	畫面名稱	關於午食
系統畫面			
操作說明	<p>進入關於午食的頁面可以發現關於午食咖哩的餐廳理念和餐廳老闆的故事。</p>		

【測試相關計畫】

組名	午餐咖哩	填寫人	季君霖
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	106年4月3日

1. 打開 XAMPP 後，開啟「Apache」時無法啟動。

解決方法:port80 可能被占用所以把 port 改為 80 或 8181 即可開啟「Apache」



2. 安裝過程中，選用「安裝範例」時卡住。

解決方法:點選 Apache 項次右邊的「Config」，選擇第 4 個「PHP(phi. ini)」尋找「max_execution_time」把數字改為 300，存檔後即可安裝範例

3. 安裝過程中，選用「安裝範例」時又再次卡住。

解決方法:點選 Apache 項次右邊的「Config」並選擇第 4 個「PHP(phi. ini)」尋找「memory_limit=128M」，將數字加大，例如:256M，存檔即可安裝範

4. 安裝過程中，選用「安裝範例」時卡住。

解決方法:點選 Apache 項次右邊的「Config」，選擇第 4 個「PHP(phi. ini)」關閉設定「output_buffering=Off」或「display_errors = Off」

5. 網站架設好找不到。

解決方法:www. localhost. com/ joomla 是網址，只要在網址上的 localhost 加上冒號和你的 port 號碼即可等登入。



【專案結案報告】

組名	午餐咖哩	填寫人	段啟維
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	106年4月3日

活動名稱：

Treat or trick 不給糖就送咖哩

計畫目標：

首次為店家籌備網路行銷專案計畫，希望帶來 150 次瀏覽次數，藉此跨出網路行銷的第一步。

成果效益檢討：

本次活動觸擊率為 208 人，超出預期人數 58 人，業績也確實比平常提升不少，就第一次活動來說，已達到我們的標準。

：

活動成果



日期	產品名稱														當日營收					
	醬烤雞腿咖哩	醬烤雞排咖哩	日式咖哩牛	日式咖哩豬	香脆卡拉雞咖哩	黃金起司排咖哩	風味燻雞咖哩	德國香腸咖哩	迷迭香雞咖哩	日式清咖哩	醬烤雞腿雙重起司咖哩	醬烤雞排雙重起司咖哩	雙重起司咖哩牛	雙重起司咖哩豬		醬烤雞腿飯	醬烤雞排飯	迷迭香雞腿飯	醬烤雞腿	醬烤雞排
10月31日	9	14	11	7	10	4	2	2	8	4	7	8	6	3	1	0	1	4	7	
升級大碗飯	豬肉	燻雞	香腸	香雞	牛肉	香脆卡拉雞	黃金起司排	雙重起司	乳酪絲	花椰菜	玉米	玉米筍								
	10	2	0	0	3	3	8	2	0	0	4	4	0							10355

【專案結案報告】

組名	午餐咖哩	填寫人	段啟維																	
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	106年4月3日																	
<p>活動名稱： 午餐咖哩・聖誕限定</p> <p>計畫目標： 搭上聖誕節到跨年這段時間的休假氣氛舉辦活動，希望透過此活動達到粉絲團的讚數成長的目的，此次目標為讚數成長10%。</p> <p>成果效益檢討： 本次活動文章案讚次數達到8次，粉專讚數則是提高25次，成長率達16%，已達我們此次目標標準。順帶一題觸擊用戶也有提高趨勢。</p> <p>活動成果：</p>																				
																				
日期	產品名稱	醬烤雞腿咖哩	醬烤雞排咖哩	日式咖哩牛	日式咖哩豬	香脆卡拉雞咖哩	黃金起司排咖哩	風味燻雞咖哩	德國香腸咖哩	迷迭香雞咖哩	日式清咖哩	醬烤雞腿雙重起司咖哩	醬烤雞排雙重起司咖哩	雙重起司咖哩牛	雙重起司咖哩豬	醬烤雞腿飯	醬烤雞排飯	迷迭香雞腿飯	醬烤雞腿	醬烤雞排
12月25日		15	21	15	8	14	7	4	2	2	5	9	15	10	0	3	1	0	9	10
升級大碗飯	豬肉	燻雞	香腸	香雞	牛肉	香脆卡拉雞	黃金起司排	雙重起司	乳酪絲	花椰菜	玉米	玉米筍	當日營收							
12	5	0	2	0	6	3	0	3	0	5	2	0	14375							

【專案結案報告】

組名	午食咖哩					填寫人	段啟維													
專題名稱	午食咖哩					填寫日期	106年4月3日													
<p>活動名稱： 午食招財報</p> <p>計畫目標： 此次活動為搶攻新年商機，因此設計二個階段進行，希望讓顧客有領紅包的感覺，藉此提升觸擊率及讚數。此次目標將提升文章案讚數達20%觸及率25%。</p> <p>成果效益檢討： 因本次活動規劃不完善，內容也與第一次及第二次活動內容雷同，文章發表的時間及推廣沒有做好，影響直接顯現在數據上，活動帶來成效不高，粉絲專頁案讚數僅提高10人並無明顯成長，文章觸及率與上次相比則是下降10%。</p> <p>活動成果：</p>																				
																				
日期	產品名稱	醬烤雞腿咖哩	醬烤雞排咖哩	日式咖哩牛	日式咖哩豬	香脆卡拉雞咖哩	黃金起司排咖哩	風味燻雞咖哩	德國香腸咖哩	迷迭香雞咖哩	日式清咖哩	醬烤雞腿雙重起司咖哩	醬烤雞排雙重起司咖哩	雙重起司咖哩牛	雙重起司咖哩豬	醬烤雞腿飯	醬烤雞排飯	迷迭香雞腿飯	醬烤雞腿	醬烤雞排
2月5日		16	24	12	7	14	4	2	4	9	3	10	8	7	7	2	0	0	6	8
升級大碗飯	豬肉	燻雞	香腸	香雞	牛肉	香脆卡拉雞	黃金起司排	雙重起司	乳酪絲	花椰菜	玉米	玉米筍					當日營收			
6	4	0	0	0	8	7	2	0	0	4	4	0					13765			

【專案結案報告】

組名	午餐咖哩	填寫人	段啟維
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	106年4月3日

活動名稱：

午餐三八招財報

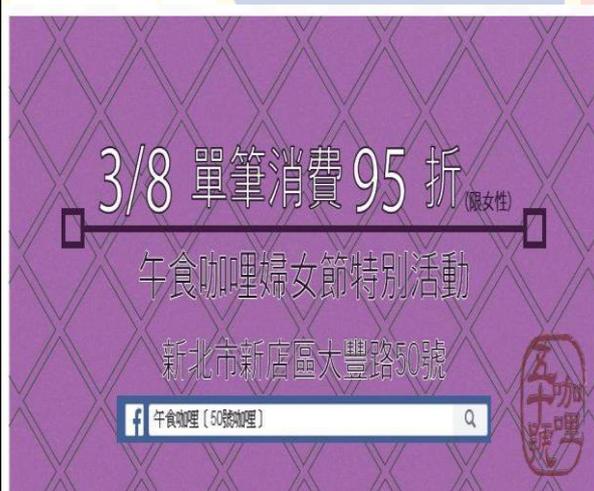
計畫目標：

此次活動為響應國際女性人權日和專為女性粉絲設計的回饋活動，希望透過打卡方式讓更多人知道我們粉專及婦女節重要性。此次目標為鞏固女性顧客及提高粉專的打卡及分享率。

成果效益檢討：

觸及率明顯有提升，當天來店女性顧客增加非常多，幾乎每組客人都有打卡，打卡人數為20人，成功的達成預期目標。

活動成果：



日期	產品名稱	醬烤雞腿咖哩	醬烤雞排咖哩	日式咖哩牛	日式咖哩豬	香脆卡拉雞咖哩	黃金起司排咖哩	風味燻雞咖哩	德國香腸咖哩	迷迭香雞咖哩	日式清咖哩	醬烤雞腿雙重起司咖哩	醬烤雞排雙重起司咖哩	雙重起司咖哩牛	雙重起司咖哩豬	醬烤雞腿飯	醬烤雞排飯	迷迭香雞腿飯	醬烤雞腿	醬烤雞排
3月8日		14	18	11	4	11	2	2	3	9	4	8	10	6	2	0	1	0	6	8

升級大碗飯	豬肉	燻雞	香腸	香雞	牛肉	香脆卡拉雞	黃金起司排	雙重起司	乳酪絲	花椰菜	玉米	玉米筍	當日營收
11	8	2	0	0	7	10	2	2	5	3	3	0	11940

【專案結案報告】

組名	午餐咖哩	填寫人	段啟維
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	106年4月3日
<p>活動名稱： 【午餐咖哩-試吃快閃活動！！】</p> <p>計畫目標： 我們這次活動大膽嘗試新穎的方式進行，我們以快閃結合時下最夯的直播抽獎的方式行銷推廣我們咖哩店，幾乎沒有店家使用過這種方式進行，希望透過創新行銷的方式，讓我們的知名度呈爆炸性的成長。目標粉專讚數提升1~2倍，觸擊率提高3倍以上。</p> <p>活動名稱： 【午餐咖哩-試吃快閃活動！！】</p> <p>計畫目標： 我們這次活動大膽嘗試新穎的方式進行，我們以快閃結合時下最夯的直播抽獎的方式行銷推廣我們咖哩店，幾乎沒有店家使用過這種方式進行，希望透過創新行銷的方式，讓我們的知名度呈爆炸性的成長。目標粉專讚數提升1~2倍，觸擊率提高3倍以上。</p> <p>成果效益檢討： 為期快1年的網路行銷操作，整合出很多數據，最後發現對於小店家來說，花錢投遞廣告比傳統網路行銷來得更有效率，以及爆炸性的成長，團隊所想出的本次活動果然不出所料，大家對有新噱頭的活動更喜歡參與</p>			

【專案結案報告】

組名	午食咖哩	填寫人	段啟維
專題名稱	午食咖哩	填寫日期	106年4月3日

活動名稱：

【午食咖哩-試吃快閃活動！！】

活動成果：



午食咖哩【50號咖哩】的直播影片。
由段啟維發佈 · 5月22日 21:07 ·

【午食咖哩-試吃快閃活動！！】
午食咖哩將在5月20日中午12點舉辦試吃快閃活動~
活動地點：建大群林站1號店
除了好吃之外還有精美蛋糕給大家吃
迎機：時下最夯的一餐就咖哩
二獎：午食咖哩一餐及兌換券2張
三獎：午食咖哩100元券券2張
請依照以下步驟完成抽獎就符合資格囉！！
抽獎規則詳見公告內容或至抽獎一覽不詳
● 營業時間：即日起-2017/05/22 中午12:00至下午
05:22晚上09:00宵晚上午抽獎影片，發大獎得獎者須在5
鐘，若沒回覆則視為放棄，再抽下一位得獎者，以此類推
抽獎規則：
1. 粉絲團按讚
2. 此篇文章留言【午食-快閃】並tag 2位朋友
3. 此篇文章公開至全華區文章在個人臉書刊登 並且設定為
4. 完成以上步驟即參加抽獎活動

我我我~
二獎中獎者在此 😊

謝謝你傳送訊息給我們。我們將盡快回覆，與你聯絡。

彭昱豪
查看個人檔案

哈裡哈裡~
恭喜你抽中我們【午食咖哩-試吃快閃活動！！】的三獎捷！
然後要麻煩您~去直播影片擷取中獎圖片給我們粉絲團~我們確認後就會寄送獎品給您了嘍！
謝謝您對午食咖哩的支持！

【午食咖哩-試吃快閃活動！！】午食咖哩即將...
Facebook

由趙子言所傳送 [?] ·



日期	產品名稱													當日營收					
	醬烤雞腿咖哩	醬烤雞排咖哩	日式咖哩牛	日式咖哩豬	香脆卡拉雞咖哩	黃金起司排咖哩	風味燻雞咖哩	德國香腸咖哩	迷迭香雞咖哩	日式清咖哩	醬烤雞腿雙重起司咖哩	醬烤雞排雙重起司咖哩	雙重起司咖哩牛		雙重起司咖哩豬	醬烤雞腿飯	醬烤雞排飯	迷迭香雞腿飯	醬烤雞腿
5月20日	22	19	17	7	12	4	1	3	6	7	8	10	12	7	4	5	1	10	12
升級大碗飯	豬肉	燻雞	香腸	香雞	牛肉	香脆卡拉雞	黃金起司排	雙重起司	乳酪絲	花椰菜	玉米	玉米筍							
	22	6	5	5	7	10	12	0	6	4	7	6	4						16950

【專案結案報告】

組名	午食咖喱	填寫人	段啟維
專題名稱	午食咖喱	填寫日期	106年4月3日

系統成果：
【網站架設】



歡迎來到午食咖喱

您是否喜歡咖喱濃郁的口感嗎？
您是否喜歡咖喱辛辣的香氣嗎？
您也跟我一樣對咖喱有種無法自拔的迷戀嗎？
讓我們用平價的價格、新鮮的食材、濃郁的口感，取得一樣熱愛咖喱的您！
讓我們一起品嚐咖喱的感動美味、探索浪漫熱情的咖喱文化！

「午食咖喱」營業時間為每週一至週六上午11:00-14:00，晚間17:00-20:00。
「午食咖喱」除了提供內用服務外，也提供外送與外帶服務，讓您能在家中享用美味的咖喱餐點。「午食咖喱」歡迎您的蒞臨！

餐點介紹



雙重起司咖哩牛

濃郁的起司配上甘甜的咖喱醬，讓咖喱吃起來也有蜜絲的感覺。
新鮮的牛肉先煮熟在放入咖喱配上咖喱醬入口即化，整碗吃起來有種回到家鄉的感覺。
食材：咖喱醬、牛肉、薯條、玉米、起司

相關半咖喱料理：日式咖喱牛、雙重起司咖哩牛

【專案結案報告】

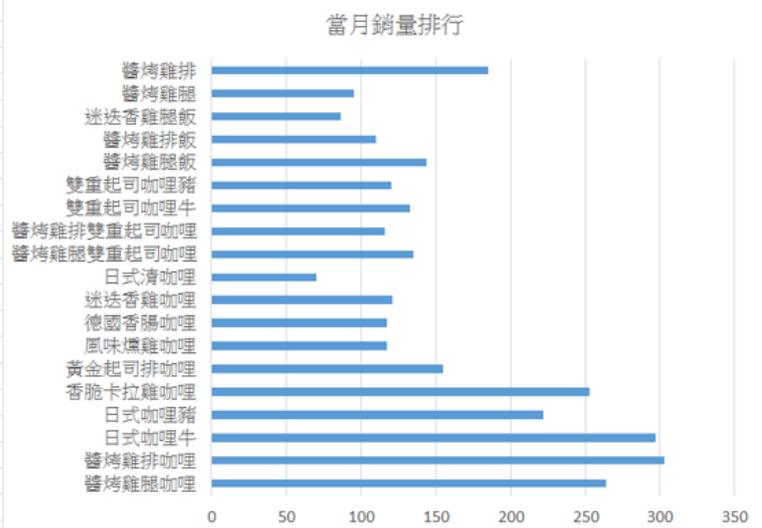
組名	午餐咖哩	填寫人	段啟維
專題名稱	午餐咖哩	填寫日期	106年4月3日

系統成果：

【EXCEL 報表】

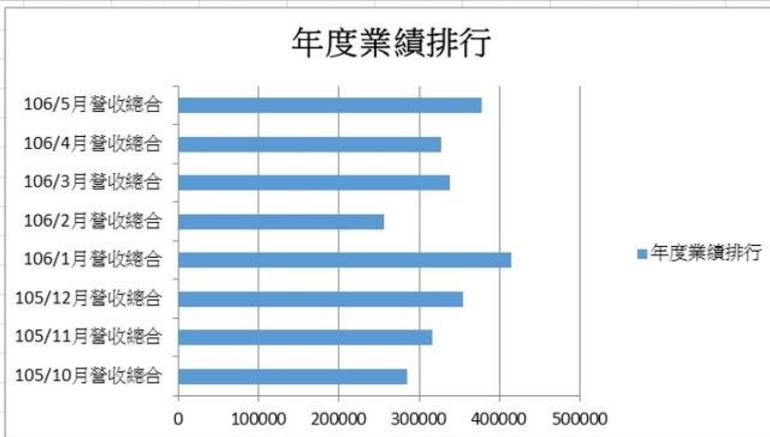
1. 當月業績統計表(10月)

醬烤雞腿咖哩	3	264
醬烤雞排咖哩	1	303
日式咖哩牛	2	297
日式咖哩豬	5	222
香脆卡拉雞咖哩	4	253
黃金起司排咖哩	7	155
風味燻雞咖哩	13	117
德國香腸咖哩	13	117
迷迭香雞咖哩	11	121
日式清咖哩	19	70
醬烤雞腿雙重起司咖哩	9	135
醬烤雞排雙重起司咖哩	15	116
雙重起司咖哩牛	10	133
雙重起司咖哩豬	12	120
醬烤雞腿飯	8	144
醬烤雞排飯	3	110
迷迭香雞腿飯	18	86
醬烤雞腿	17	95
醬烤雞排	6	185



2. 年度業績統計表

月份	年度業績排行
105/10月營收	284550
105/11月營收	316525
105/12月營收	354450
106/1月營收	415200
106/2月營收	256465
106/3月營收	338245
106/4月營收	327350
106/5月營收	377900



【會議記錄】

專題 名稱	午餐咖哩					
會議 編號	01	召集人 兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論 主題	午餐咖哩			會議 時間	105/9/19 12:30	
				會議 地點	綜大七樓廣場	
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	
	蒐集店家現有及未來一月數據 蒐集相似餐廳資訊 蒐集消費客群 蒐集參考資料		各自蒐集負責的資訊，以利專題的起草 也訓練組員們查找資料的能力		全體	
本次 會議 內容	蒐集店家現有及未來一個月的經營數據，來讓組員可以對店家的經營狀況有所了解，也可以知道該從何處著手改善及給予行銷上的幫助；蒐集相似餐廳如何行銷之方向，過濾及挑選可以使用的好方法，另一方面也激盪組員們的創新與創意，希望有新的想法可以產生，以利店家的經營；蒐集來用餐的客群，進而分析客群的喜好與消費能力；蒐集歷年的參考資料，累積經驗看看他人的做法，對未來產生一定的方向和想法，希望可以順利進行。					
決議事項（與主席裁示）						
由全體組員一同去進行，在蒐集的同時也要一邊思考方向，對本專題大家都要進做大的努力，大家一起進行和努力，相信我們一定會成功的！也很謝謝張慧老師和午餐咖哩與我們的配合還請多多指教，我們同心協力永不氣餒。						
下次會議	召集人	段啟維	紀錄者	陳偉翔	時間	105/10/3 12:30
					地點	綜大七樓廣場
預 定 討論 主題	發表大家蒐集來的資訊					
指導老師 意見	大家盡力而為，也鼓勵同學們多想法來互相交流					

【會議記錄】

專題名稱	午餐咖哩					
會議編號	02	召集人兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論主題	資訊發表			會議時間	105/10/3 12:30	
				會議地點	綜大七樓廣場	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	全體組員蒐集相關資訊 同時也一面的思考		蒐集的很豐富，大家也很踴躍的交流			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	整理及討論兩周內的進度 詢問店家相關想法		互相討論兩周內的進度，有一個交流的動作，且和店家一同開會，了解店家的訴求及想法		全體	
本次會議內容	<p>蒐集來的資訊，算是非常有趣及完善的，因此大家也在討論時可以快速順利的進行，這點大家是相當有共識的，而在下周的會議中，大家也決定要到店家去和店家的老闆洽談，希望在洽談的過程中了解店家的要求和想法，也可以了解店家經營的狀況和地理位置，</p>					
決議事項（與主席裁示）						
大家要準備所需的問題和想法，希望和店家有所交流，對專題的發展更進一步的前進。						
下次會議	召集人	段啟維	紀錄者	陳偉翔	時間	105/10/17 18:00
					地點	午餐咖哩
預定討論主題	店家的要求及想法					
指導老師意見	<p>期待同學與店家交流後的結果，也應注意問題細節與禮貌 建議同學可以製作 PPT 向店家說明</p>					

【會議記錄】

專題名稱	午餐咖哩					
會議編號	03	召集人兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論主題	午餐咖哩			會議時間	105/10/17 18:00	
				會議地點	午餐咖哩	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	準備與店家提問的問題		確實執行			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	和店家討論專題相關內容		組員提出問題和店家提出的建議事項		全體	
本次會議內容	<p>本組提出以下幾項問題和店家討論：翻桌率，外帶等待的時間過長，客人是否願意等待；成本控管：中午的用餐時間客群為上班族，用餐結束後即休息，準備的東西是否剛好用完；與附近商家合作：是否和附近的店家一同推出優惠吸引顧客等等。店家提出的問題：店家內部設計是否有想法；粉絲團的經營方式；建議是否為主題餐廳；LINE@與 POS 系統的操作。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
<p>外帶時間確實有些長，不過本店現點現做，等待是必要的；大致上沒有報廢的問題；本組將來會和附近商家討論。本組覺得可以將店內裝潢得有「家」的感覺，且明亮些；本組有製作 PPT 說明粉絲團、LINE@及 POS 相關問題；否，還是以一般餐廳為主。</p>						
下次會議	召集人	段啟維	紀錄者	陳偉翔	時間	105/11/29 12:30
					地點	綜大七樓廣場
預定討論主題	活動討論					
指導老師意見	<p>同學可以有這樣和店家面對面討論的機會實在難得，非常開心也鼓勵同學們繼續努力</p>					

【會議記錄】

專題名稱	午餐咖哩					
會議編號	04	召集人兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論主題	午餐咖哩			會議時間	105/11/29 12:30	
				會議地點	綜大七樓廣場	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	活動討論		確實執行			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	紀錄活動後的成果 統計活動後帶來的收益		將活動後的收益轉換成書面的文字，令人一目了然，也探討將來在活動是否要有更多的創意		全體	
本次會議內容	<p>在「萬聖節」的活動中，我們提出了優惠的抽獎活動和來店用餐的顧客們互動，客人們也很開心可以有這樣的活動，另類的用餐體驗，也在這節日裡可以有記憶點，對「午餐咖哩」來說是非常好的一個行銷方式，因此在今後我們也會繼續推出活動來吸引顧客上門，也讓午餐咖哩的知名度越來越高，蒸蒸日上。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
<p>活動的執行非常的好，店家也和我們討論後，支持我們的想法，因此活動的舉辦會繼續的執行。</p>						
下次會議	召集人	段啟維	紀錄者	陳偉翔	時間	105/12/19 12:30
					地點	綜大七樓廣場
預定討論主題	粉絲團或電子化相關探討					
指導老師意見	對於同學們的腦力激盪與活動的執行方面感到非常開心，也期望同學能在將來的活動帶來更好的效益					

【會議記錄】

專題名稱	午餐咖哩					
會議編號	05	召集人兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論主題	午餐咖哩			會議時間	105/12/19 12:30	
				會議地點	綜大七樓廣場	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	繼續舉辦相關活動和客人互動與打造知名度		已開始籌備「聖誕節」活動			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	討論籌備聖誕節活動 粉絲團的經營和發文		在年底決定舉辦「聖誕節」活動，且運用粉絲團的功能來達到網路行銷的效果		全體	
本次會議內容	<p>本組討論後決定在年底的活動中推出「聖誕節」的活動，也使用粉絲團及 LINE 官方帳號來發布消息，在聖誕節的活動中也必須積極的宣傳「午餐咖哩」粉絲專業及 LINE 的官方帳號，讓我們的顧客可以接受第一手的活動消息及優惠活動，在粉絲團上也可以和我們來互動，拉近顧客與商家彼此的距離，達到有「家」的感覺。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
<p>粉絲團的經營需要大家一同來關注，請大家要時時刻刻關心粉絲團的動態，有客人留言訊息時也要注意禮節禮貌。</p>						
下次會議	召集人	段啟維	紀錄者	陳偉翔	時間	105/12/26 12:30
					地點	綜大七樓廣場
預定討論主題	專題需要製作的相關實體成品					
指導老師意見	本組同學應把握粉絲團和 LINE 上的經營及發展，在遇到問題的時候，大家要提出問題互相討論					

【會議記錄】

專題名稱	午餐咖哩					
會議編號	06	召集人兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論主題	午餐咖哩			會議時間	105/12/26 12:30	
				會議地點	綜大七樓廣場	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	注意禮節和客人的反應 對於顧客的意見有必要時應採用		顧客會利用粉絲團訂餐令我們歡喜			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	專題相關實體成品		分配人員去製作專題相關實體成品等等		全體	
本次會議內容	<p>專題需要實作的成品，因此在本組討論後，對於顧客關係管理系統(CRM)較有興趣，而製作這系統會需要資料庫和可以利用此系統分析客群的行為模式和興趣喜好，但這系統可能在生成上有所困難和專題結束後店家使用的狀況和接受的問題。</p>					
決議事項 (與主席裁示)						
<p>在本組製作顧客關係管理系統方面，有待討論和研究，組員們各有不同的想法，且在優點與缺點的比較方面可能有所疑慮。</p>						
下次會議	召集人	段啟維	紀錄者	陳偉翔	時間	106/3/13 12:10
					地點	505 專題教室
預定討論主題	專題實務相關探討					
指導老師意見	大家在製作實作的主題時，一定要謹慎思考後再決定，期待同學們的表現					

【會議記錄】

專題 名稱	午餐咖哩					
會議 編號	07	召集人 兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論 主題	午餐咖哩			會議 時間	106/3/13 12:10	
				會議 地點	505 專題教室	
上次 會議	決議事項		執行狀況			
	是否繼續執行顧客管理系統相關事宜		組員間各持意見，還在探討中			
本次 會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	討論出專題實務結論		大家提出自己想做的想法，對要製作的東西有個結論		全體	
本次 會議 內容	<p>在大家討論過後，也顧想到店家所需要的東西，本組也分配工作內容至組員間，決定製作「午餐咖哩」相關網頁及電子式的 Excel 記帳表供店家使用，而在專題的實務方面也使用這些的內容來發表。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
<p>由組員季君霖與陳偉翔一同討論製作網頁，並預估在五月初架設起來；由趙子言及陳振昇為店家打造電子記帳的記帳表，估計在四月中旬製作出來。</p>						
下次會議	召集人	段啟維	紀錄者	陳偉翔	時間	106/3/27 12:10
					地點	505 專題教室
預 定 討論主題	專題競賽					
指導老師 意見	大家在討論方面都有很理性的溝通與交流，是很難得可貴的					

【會議記錄】

專題名稱	午餐咖哩					
會議編號	08	召集人兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論主題	專題競賽			會議時間	106/3/27 12:10	
				會議地點	505 專題教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	網頁於五月初架設完成 記帳表於四月中旬建置完成		正在執行中			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	討論出可以報名的專題比賽		一同探討可以參加的比賽，同時注意報名時間與內容等等		全體	
本次會議內容	<p>大家與老師一同討論出可以報名的比賽項目，由老師指導們一同完成比賽所需的檔案及內容，在老師的建議下，本組決定往創新創意或創業比賽方面去做，也要在文件方面注意內容的流暢及前後呼應。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
<p>組員間必須了解其工作內容，在工作方面也要有效率地進行，避免抄襲和仿造，大家一起加油。</p>						
下次會議	召集人	段啟維	紀錄者	陳偉翔	時間	106/4/10 12:10
					地點	505 專題教室
預定討論主題	專題競賽					
指導老師意見	<p>大家可以以專題的主題「食」為競賽主軸，往這個方面去想所需的內容，期待大家的表現</p>					

【會議記錄】

專題名稱	午餐咖哩					
會議編號	09	召集人兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論主題	專題競賽			會議時間	106/4/10 12:10	
				會議地點	505 專題教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	了解其工作內容和有效率地進行		執行良好			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	統整專題競賽比賽辦法		大家已經將可比賽的比賽整理出來了，將比賽的資訊統整並報名		全體	
本次會議內容	<p>以下為統整後可以參加的報名競賽：</p> <p>一、2017 全國微型創業新競賽。</p> <p>二、2017 全國實務專題創新創意競賽。</p> <p>三、2017 第十二屆戰國策全國創新創業競賽。</p> <p>四、2017 全國性「健康照護」與「智慧生活」創意實務專題競賽。</p> <p>五、2017 第四屆德霖盃全國大專校院暨高中職創意創新創業企劃競賽。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
大家請在報名期間內完成報名和需要的內容，內容大致討論出來了，也請大家多多加油，我們一起努力。						
下次會議	召集人	段啟維	紀錄者	陳偉翔	時間	106/5/1 12:10
					地點	505 專題教室
預定討論主題	專題競賽					
指導老師意見	比賽時間是較耗時且需投入大量心力的，請組員密切注意比賽的相關資訊，希望大家可以拿到好名次					

【會議記錄】

專題名稱	午餐咖哩					
會議編號	10	召集人兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論主題	專題競賽			會議時間	106/5/1 12:10	
				會議地點	505 專題教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	了解報名相關資訊和注意事項		執行良好			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	「2017 全國實務專題創新創意競賽」賽後檢討		在 2017 全國實務專題創新創意競賽中的表現和可以修改的地方		全體	
本次會議內容	<p>提出以下兩大點檢討：</p> <p>一、創新創意的地方是什麼？ 本組在操作網路行銷的過程中，對業界可能並非最创新的手法 and 想法，不過對於店家「午餐咖哩」來說是一個新奇的方法，也藉由本組操作後，對營業的業績有明顯的成長和進步。</p> <p>二、要不要請部落客來撰寫網誌？ 雖然和部落客合作撰寫網誌可以增加許多的曝光度，但也意味著必須在這方面多出一筆費用，店家方面並沒有偏好有這樣的支出費用，因此我們藉由撰寫 fb 粉絲團上的「網誌」功能來有宣傳的效果，不過會和知名部落客的瀏覽量有所落差，但我們會持續的推廣，以來達到相同的效果。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
改進本此會議中所檢討的地方，未來改善後一定要有好表現。						
下次會議	召集人	段啟維	紀錄者	陳偉翔	時間	106/5/8 12:10
				地點	505 專題教室	
預定討論主題	決議專題報告書工作內容					
指導老師意見	同學們有這次比賽的經驗是很難得可貴的，大家很用心的去做也是繼續保持的重點之一					

【會議記錄】

專題名稱	午餐咖哩					
會議編號	11	召集人兼主席	段啟維	紀錄者	陳偉翔	
討論主題	專題競賽			會議時間	106/5/8 12:10	
				會議地點	505 專題教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	改善所需的不足，增進自我		執行良好			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	決議專題報告書工作內容		由組員認領工作內容下去製作，組員們也需互相配合		全體	
本次會議內容	<p>本次會議中討論系上要求文件資料，並由組長列出工作內容，由組員自行分工合作，令整份文件內容可以製作完成；在 PPT 方面也有初步的規劃和想法，需要大家一起激盪和配合，做出讓大家滿意的作品。以下為工作內容：</p> <p>一、段啟維：整份內容監督及隨時支援各組員、解決協調組員問題和即時給予幫助。</p> <p>二、趙子言：資料詞彙、活動圖、類別圖。</p> <p>三、陳偉翔：GANTT 圖、使用個案圖、藍圖</p> <p>四、季君霖：開發工具清單、使用者操作手冊、測試相關計畫。</p> <p>五、陳振昇：致謝、需求訪談計畫表、需求訪談紀錄表。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
大家為了專題盡心盡力，我們永不放棄一起完成這項挑戰！						
下次會議	召集人	無		紀錄者	無	
					時間	無
				地點	無	
預定討論主題	無					
指導老師意見	無					

附錄二 問卷資料

親愛的受訪者 您好：

這是一份關於「美食粉絲團問卷」，採用匿名設計；您所提供的資料將予以保密，僅供本研究分析使用，不會做任何商業的用途，亦不會洩漏任何可辨識的個人資訊，請您安心填寫問卷。您的寶貴意見將成為本研究的重要資訊。

本問卷需佔用您一點時間填答，問題並無標準或對錯，請依照您心中主觀感受與想法進行填答，謝謝！

敬祝

平安快樂

致理科技大學 資訊管理系

指導老師：張慧 老師

專題生：午食咖哩 全體成員

第一部分、選擇餐廳部分

1 您會從何處得知餐廳資訊？（複選）

- 報章雜誌
- 美食 APP
- 臉書粉絲團
- 傳單
- 網路論壇
- 親朋好友
- 新聞媒體

2 您選擇到某家餐廳用餐的考慮因素？（複選）

- 餐廳地點
- 餐廳布置
- 餐廳衛生
- 餐點價位
- 餐點種類
- 服務態度

3 您選擇餐廳時會著重餐廳美食而忽略餐廳距離因素？

- 是的。我著重餐廳美食而忽略餐廳距離因素。
- 不是的。我著重餐廳距離而忽略餐廳美食因素。
- 我兩項因素都同時考慮。

第二部分、使用網路服務部分

1 您會使用網路尋找餐廳美食？

- 會
- 不會

2 您會瀏覽餐廳粉絲團內容？

- 會
- 不會

3 您會定期關注餐廳粉絲團的評價內容？

- 會
- 不會

4 您會以餐廳粉絲團的評價內容做為您評論該餐廳的依據?

- 會
- 不會

5 您會希望餐廳粉絲團提供特定節慶餐點優惠活動?

- 會
- 不會

6 您會希望餐廳粉絲團提供優惠卷下載?

- 會
- 不會

7 您會希望餐廳粉絲團介紹餐點食材相關知識?

- 會
- 不會

8 您會希望餐廳粉絲團提供餐點料理教學資訊?

- 會
- 不會

第三部分、基本資料

1 您的性別?

- 男
- 女

2 您的年齡?

- 12歲以下
- 12-17歲
- 18-25歲
- 26-35歲
- 36-50歲
- 50歲以上

3 您的職業?

- 學生
- 軍公教
- 工業
- 商業
- 家管
- 自由業
- 服務業
- 其他: