



致理科技大學

資訊管理系專題報告

建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例
Build and optimize product content and keywords for a cross-border e-commerce platform to enhance exposure rate: A case study

專題生：

(10710219)黃世愷
(10710224)陳雅淳
(10710226)張喬茵
(10710307)游佩璇
(10710308)吳筱晴
(10710313)吳 萱
(10710316)陳逸如

中華民國 111 年 05 月

致理科技大學

資訊管理系

畢業專題

建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升

曝光率！以舜翔公司為例

一一〇學年度



致理科技大學

專題報告審核書

本校 資訊管理 系（所）

黃世愷(10710219)、陳雅淳(10710224)、

張喬茵(10710226)、游佩璇(10710307)、

吳筱晴(10710308)、吳萱(10710313)、

陳逸如(10710316)

等君所提論文建置及優化跨境電商平台產品
內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例
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 111 年 05 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

109 學年度第 2 學期所撰寫。

專題名稱：建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例

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 111 年 07 月 01 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 111 年 5 月

摘要

專題報告名稱：建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例
頁數：61 頁

校系別：致理科技大學資訊管理系

完成時間：109 學年度第 2 學期

專題生：黃世愷 陳雅淳 張喬茵 游佩璇 吳筱晴 吳萱 陳逸如

指導教授：蘇啟鴻 教授

關鍵詞：跨境電商、B2B 行銷、國際行銷、電子商務

近年來網路蓬勃發展，很多傳統銷售方式都被取代成網路行銷的方式，而近年來跨境電商發展迅速，所以我們透過跨境電子商務的行銷方式，與台灣經貿網平台一起共同發展出更好的行銷成果及平台上的優化。這次的專題我們與「舜翔塑膠有限公司」進行廠商合作，希望透過此平台的電子商務效果，來共同討論如何商品被更多人看見增加產品曝光度。並透過關鍵字搜尋、社群平台經營增加曝光度，SWOT 分析找出我們所需策略，並優化此跨境電商平台，最終目標就是可以提升產品曝光度為有效的產品行銷策略。

ABSTRACT

Thesis Title : Build and optimize product content and keywords for a cross-border e-commerce platform to enhance exposure rate: A case study

Pages : 61

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : March, 2021

Degree : Bachelor

Researcher : Huang, Shih-Kai; Chen, Ya-Chun; Chang, Chaio-Ying; You, Pei-Syuan;
Wu, Siao-Cing; Wu, Xuan; Chen, Yi-Ru

Advisor : Su, Chi-Hung

Keywords : Cross-border e-commerce 、 B2B marketing 、 International marketing 、 E-commerce

Since the popularity of the Internet, our life has changed a lot. Compared to the past, more people sell their products on the Internet. In recent years, Cross Border E-Commerce has been booming. With the rapid development of Cross Border E-Commerce, we collaborated with the Taiwan Economic and Trade Network platform to develop the product and Website Optimization. In this project, by cooperating with "Shun Xiang Plastic Co., Ltd." we will discuss how to increase the product exposure rate. At first, we use SWOT Analysis to find out strategies. Then, we utilize keyword search and social media to improve the exposure rate and optimize this cross-border e-commerce platform. Our ultimate goal is to verify that such a marketing strategy can indeed increase product exposure.


誌謝

感謝蘇啟鴻老師耐心指導下，提供我們很多資訊，也教我們很多有關跨境電子商務平台的知識，並且讓我們了解網路行銷要如何做並且要如何下關鍵字才能讓商品曝光度增加。並帶領我們參加這次的台灣經貿網-跨境電子商務實戰營比賽。

謝謝主辦方幫我們媒合好廠商還舉辦了培訓課程，而且還有線上的學習課，讓我們不會手忙腳亂，從產品的拍照到修圖再到文案發想最後上架，都是自己操作，讓我們從中學習成長並增加經驗。

也很感謝舜翔塑膠有限公司讓我們有這個機會可以學習，提供我們很多產品並給予我們很多幫助及建議，知道自己哪裡不足後讓我們可以改善。

最後感謝專題組員們，雖然比賽時間看似很長，其實一下就過去了，過程中雖然有點不順，但是我們還是一起走過來了，結果雖然沒有預期的好，但是我們還是得到了廠商的肯定也拿到了證書，感謝各位成員在這比賽期間的付出與努力！



黃世愷 陳雅淳 張喬茵 游佩璇 吳筱晴 吳萱 陳逸如謹致
致理科技大學 資訊管理 學士班

中華民國 111 年 05 月

目錄

摘要	iii
ABSTRACT	iv
誌謝	i
目錄	i
圖目錄與表目錄	iii
第壹章 緒論	1
第一節 研究背景	1
第二節 研究動機	2
第三節 研究目的	3
第貳章 文獻回顧與探討	3
第一節 跨境電子商務介紹	3
一、 跨境電子商務具有如下特徵(韓絮，2018)：	4
(一) 全球性(Global Forum).....	4
(二) 無形性(Intangible).....	4
(三) 匿名性(Anonymous).....	4
(四) 即時性(Instantaneously).....	4
(五) 無紙化(Paperless).....	4
二、 跨國電子商務的優點：	4
(一) 打破時空限制.....	4
(二) 降低中間成本.....	4
(三) 提高資訊傳遞效率及透明度.....	4
三、 成為跨境電商前該注意的五大事項(dipp 點譜數位 Johnny Yang， 2021)：	4
(一) 打破語言障礙.....	4
(二) 符合在地文化.....	5
(三) 遵循法律規範.....	5
(四) 合適付款方式.....	5
(五) 贏得客戶支持.....	5
第二節 跨境電商平台的比較	5
一、 直接跨境銷售	5
二、 平台橋接銷售（平台合作）	6
三、 代運營商銷售	6
四、 落地經營銷售	6
第三節 台灣經貿網跨境電商平台	7
一、 台灣經貿網六大特色:.....	8
(一) 台灣經貿網有三寶：商情、活動、商機寶:.....	8
(二) 關鍵字秒搜:關鍵字直搜、分類資訊精準查。.....	8
(三) 目標市場隨選即查:輕鬆複選產業及國家、目標市場立即 GO。.....	8
(四) 熱點地圖掌握全球動脈:醒目標記熱門區域報您知曉「商情、 活動、商機」富饒之地。.....	8
(五) 市場探索一點通:一站網羅主打市場全方位拓銷資訊。.....	8

(六) 響應式設計隨時掌商機:支援跨螢瀏覽，成為您行動拓銷資訊站。	8
第四節 平台流量、產品曝光率與點擊率	8
第五節 FB 社群行銷與廣告投放	9
第參章 研究內容與方法	9
第一節 研究架構	9
第二節 行銷結構	10
第三節 SWOT 分析	11
第肆章 實驗結果與設計	11
第一節 台灣經貿網平台之產品內容設計與上架	11
一、 建立專屬的關鍵字詞彙	12
二、 發想容易搜尋的產品關鍵字	12
三、 拍攝清晰產品照	13
四、 詳細的產品介紹	13
五、 為產品拍攝介紹影片	14
第二節 Facebook 社群行銷設計與廣告投放	14
一、 Facebook 粉絲專頁張貼文章	14
二、 投放 FB 廣告	21
三、 FB 粉絲專頁經營成效	23
第三節 Youtube 社群行銷設計	25
一、 Youtube 社群行銷趨勢	25
二、 Youtube 上傳的影片	25
三、 Youtube 社群行銷成效	26
第四節 流量與曝光率成效比較	27
第五節 產品內容優化策略	29
第伍章 結論與建議	32
參考文獻	34

圖目錄與表目錄

圖 1- 1 跨境電子商務與傳統外貿之差異比較	1
圖 3- 1 研究架構圖	10
圖 3- 2 行銷結構圖	11
圖 4- 1 Google Trends 搜尋字詞	12
圖 4- 2 關鍵字表格	12
圖 4- 3 Google Trends 搜尋字詞國家分布	12
圖 4- 4 產品標題	13
圖 4- 5 產品圖片	13
圖 4- 6 產品文案	14
圖 4- 7 產品影片	14
圖 4- 8 貼文內容	15
圖 4- 9 貼文內容	15
圖 4- 10 貼文內容	16
圖 4- 11 貼文內容	16
圖 4- 12 貼文內容	17
圖 4- 13 貼文內容	17
圖 4- 14 貼文內容	18
圖 4- 15 貼文內容	18
圖 4- 16 貼文內容	19
圖 4- 17 貼文內容	19
圖 4- 18 貼文內容	20
圖 4- 19 貼文內容	20
圖 4- 20 廣告投放成效	21
圖 4- 21 廣告投放畫面 1	21
圖 4- 22 廣告輪播畫面 1	22
圖 4- 23 廣告輪播畫面 2	22
圖 4- 24 廣告輪播畫面 3	22
圖 4- 25 廣告投放畫面 2	22
圖 4- 26 第一次廣告投放	23
圖 4- 27 第二次廣告投放	23
圖 4- 28 粉絲專業觸及人數	24
圖 4- 29 粉絲專業花費金額	24
圖 4- 30 Youtube 影片	25
圖 4- 31 頻道數據分析	26
圖 4- 32 流量來源類型	26
圖 4- 33 流量來源	26
圖 4- 34 資訊儀表板	27
圖 4- 35 總訪客數	28
圖 4- 36 整體型錄瀏覽量	28

圖 4-37 企業網瀏覽量	28
圖 4-38 國家分佈	29
圖 4-39 利用 Good Trends1	30
圖 4-40 利用 Good Trends2	30
圖 4-41 企業基本資料	30
圖 4-42 平台首頁畫面	31
圖 4-43 搜尋商品畫面	31
圖 4-44 商品畫面	32
表 2-1 全球跨境電子商務平台的發展應用情形	7
表 3-1 SWOT 分析	11



第壹章 緒論

第一節 研究背景

近年，隨著互聯網、資通訊技術的快速發展與數位經濟的來臨，新型態的跨境電子商務（Cross-Border e-Commerce）模式興起，消費者購物行為與傳統外貿模式皆產生巨大的轉變，其帶動貿易生態圈或供應鏈生態圈的重組，讓傳統貿易型態加速轉型為新貿易型態，不但改變買家的採購習慣外，亦對 ODM、OEM 與傳統製造工廠產生影響。全球跨境電商平台的發展，降低了國際貿易的成本與門檻，貿易主體、貿易型態、商業模式、組織架構等皆產生了重大變革。依據 MBA 智庫定義，跨境電子商務是指分屬不同關境（實施同一海關法規和關稅制度的境域）的交易主體，透過電子商務平台達成交易、進行支付結算，並透過跨境物流將商品送達、完成交易的一種國際商業活動。

製造商/批發商/零售商/消費者可透過跨境電商平台進行跨國交易，讓商品的賣家與買家，打破了國與國之間的界線，進行交易或採購。例如：製造工廠與產品規格的資訊都可以透過網路快速搜尋，外貿交易鏈的門檻降低，每個人都能成為貿易商去尋找產品；同時，每間工廠也能變成貿易商直接找客戶或終端消費者。製造工廠可以透過 B2B/B2C 跨境電商平台（如：阿里巴巴、Amazon 等），不需再透過中間出口商，直接和終端的消費者接觸，就可以把商品賣給世界各地的消費者。

跨境電商透過網路的營運模式，正在重塑中小企業國際貿易價值鏈，其打破了傳統外貿模式下國外管道如進口商、批發商甚至零售商的壟斷，使得企業可以直接面對個體批發商、零售商，甚至是直接的消費者，有效減少了貿易中間環節和商品流轉成本，節省的中間環節成本轉變為企業獲利能力提升及消費者獲得實質優惠（賴玲如，2015）。傳統貿易與跨境電商的差異，如圖 1-1 所示。

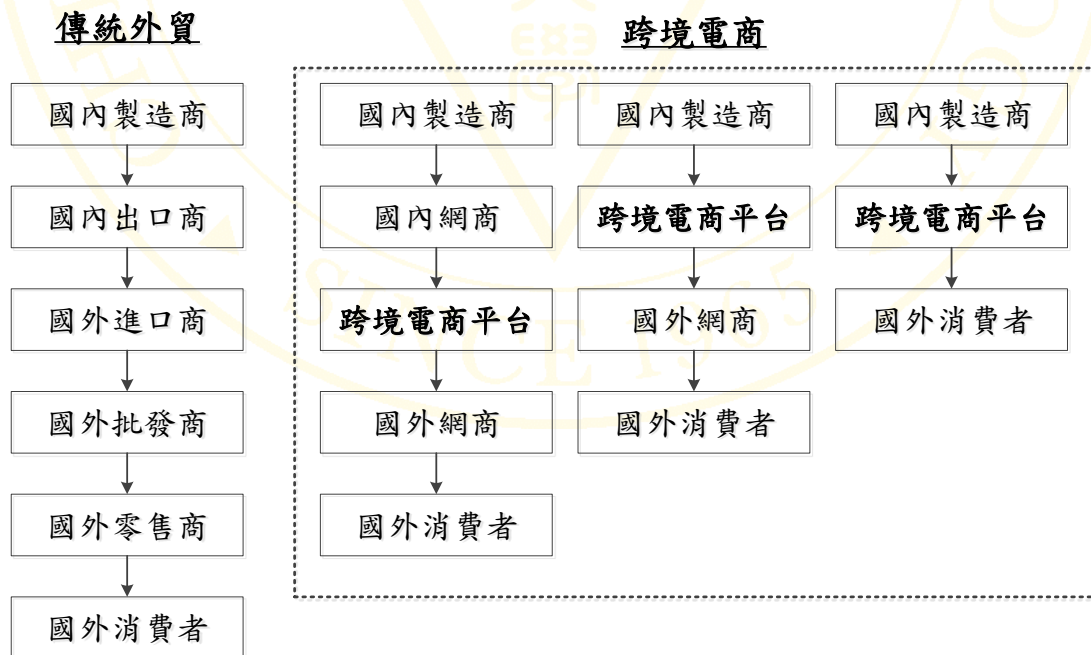


圖 1-1 跨境電子商務與傳統外貿之差異比較

經濟部(2016)指出,2020 年全球跨境電子商務產值將逾兆美元,跨境電子商務產值與消費人口比例也快速激增。另根據 Accenture 諮詢顧問公司與 Aliresearch 阿里巴巴研究院共同發布的『全球跨境 B2C 電子商務趨勢報告』指出,近年來全球 B2C 電子商務市場快速成長,未來幾年仍將保持近 15%的年均成長速度,交易規模將從 2014 年的 1.6 兆美元成長至 2020 年的 3.4 兆美元。其中,全球跨境 B2C 電子商務的成長尤其強勁,年均成長高達 27%,將使全球市場規模由 2014 年的 2,300 億美元升至 2020 年的接近 1 兆美元;另外,跨境 B2C 電子商務消費者總數也將由 2014 年的 3.09 億人增加到 2020 年的超過 9 億人,年均增幅超過 21%,形成一群強勁的消費大軍。

第二節 研究動機

跨境電子商務平台已扮演越來越重要的角色,帶動中小企業成為新時代對外貿易主體。依據梁定澎(2018)「2018 年台灣跨境電子商務人才需求」的研究顯示,高達近 60%的中小企業都遇到「專業電商人才招募困難」;高達 70%企業希望由「通才」來負責跨境電商業務;75%企業認為社會新鮮人的解決問題能力不強,可見實戰經驗及跨領域能力已是 B2B 跨境電商人才不可或缺的能力。如何培養具備掌握涵蓋商業經營、供應鏈管理、國際貿易、語言及網路科技等跨領域之營運型通才,將成為重要課題。具備熟練運用電商平台的人才、如何從電商平台產生的數據,看到商機與趨勢的能力,是優秀電商人才所需要的技能之一。

為了能夠讓我們在學期間增進累積跨境電商平台實際操作的專業技能與實務力等,因此我們這組同學參加了由中華民國對外貿易發展協會(簡稱:外貿協會)所舉辦的「台灣經貿網跨境電商實戰營」比賽。該比賽讓我們有機會跟外貿協會有合作的廠商實際接觸,從一開始與廠商聯繫接洽進行媒合;媒合成功後實際協助廠商經營台灣經貿網跨境電商平台 2-3 個月;協助廠商上架商品、優化商品頁面與關鍵字等;協助廠商透過 Facebook 進行社群行銷等。我們這次媒合到一家名為「舜翔塑膠有限公司」的廠商,該公司成立於 1982 年,他們是台灣領先的牙套製造商。多年來,他們一直專注於足球、拳擊、MMA 等運動護具的設計與製造,以 ODM 和 OEM 製造為主,逐步發展自有品牌。近年來,他們建立了自己的品牌 DOIT,擁有自己的工具和設計團隊,可以提供單色成型、雙色成型、三色成型、嵌入式注塑等服務。無論是職業運動員還是休閒愛好者,選擇 DOIT 產品都是在運動時間提供最好的服務和安全。

台灣經貿網(Taiwantrade)B2B 跨境電商平台是經濟部國際貿易局委由外貿協會所規劃建置的我國貿易整合總入口網站平台,其連結國內電子市集、國內公會及貿易相關業者,並整合貿易流程資訊。台灣經貿網平台的核心價值在於應用網路科技促動貿易電子化,並朝向資料庫增值、網路行銷、貿易社群經營以及國際合作等四大縱深耕耘。其具備交易服務、商機商情、多維性供應商資料庫等功能,並提供電子型錄管理系統、商機資料增值服務以及客製化線上交易等機制。在國際行銷部分,利用先進的網路「一對一行銷」技術,將國際貿易中繁複的交易流程,透過客製化的設計,整合為簡易使用的操作介面,買賣雙方可透過個人化的專屬服務在第一時間完成銷售與採購的作業。此外,外貿協會將

結合實體行銷資源進行網路上之展銷活動，吸引買主上網搜尋，為國內業者創造網路商機。

廠商在台灣經貿網跨境電商平台的經營上，首先除了分析自身商品既有的特色與競爭力，定位自身產品特性找到有區別性的市場外，也要清楚每一支上架至跨境電商平台上的商品其鎖定的主要目標客群（或目標受眾）。從跨境電商平台上的產品網頁、產品關鍵字、產品資訊內容、商家網頁等設計，以及買家操作流程、促銷或優惠活動、訊息表達、文案設計等，都要符合其鎖定的目標受眾。畢竟語言、國情、季節、偏好、文化各有不同。因此，透過大數據分析、後台數據分析等，能讓賣家選擇與客戶接觸的最佳管道、商品，並客製化溝通方式及內容，像巴西人在乎規格、德國人在乎品質，而印度人重視保固資訊，這些都能透過大數據分析、後台數據分析等來獲取數據。

定位自身產品特性，瞭解該跨境電商平台的消費者對產品重視哪些層面、習慣使用哪些關鍵字、用語等。這些都會影響上架的商品是否有曝光率及帶來流量等。因此，除了如何協助廠商上架商品之外，如何優化商品頁面與關鍵字等、如何透過部落格或社群媒體等，為廠商的上架商品帶來曝光率及流量，是經營跨境電商平台重要的課題。

第三節 研究目的

基於上述背景與動機，本研究期望透過媒合廠商，實際協助廠商設計商品內容與關鍵字等產品資訊，並上架商品至台灣經貿網跨境電商平台，經營平台3個月左右以觀察經營成效。此外，本研究透過 Facebook 社群行銷設計與廣告投放、Youtube 社群行銷設計等方式，期望提高流量與曝光率，以吸引消費者點進網站逛逛、了解我們的產品，增加顧客購買率以及點擊率。最後，擬定產品內容優化策略，協助廠商進行優化，以提高流量與曝光率。本研究目的如下：

1. 透過廠商媒合，協助廠商商品內容與關鍵字設計並上架至少 10 支以上的商品至台灣經貿網跨境電商平台；
3. 協助廠商進行 Facebook 社群行銷設計與廣告投放，觀察經營成效；
4. 協助廠商進行 Youtube 社群行銷設計，觀察經營成效；
5. 流量與曝光率成效比較；
6. 擬定產品內容優化策略，協助廠商進行優化，以提高流量與曝光率。

第貳章 文獻回顧與探討

第一節 跨境電子商務介紹

我們將消費者／買家透過網際網路或電子交易方式（可以是任何網站或者交易平台）向海外賣家購買產品或服務的「過程」稱為跨境電子商務（Cross-border E-commerce），並不限於 B2C、B2B、C2C 等交易形式（方富羚，2019）。

跨境電子商務本質上是一種國際貿易，其重點在於交易是發生在網路上（非實體）且買賣雙方必須是來自不同的國家地區（國際化）。

而(朱海成，2016)提供跨境電子商務交易進行的「平台」，我們就稱作跨境電子商務平台（Cross-border E-commerce Platform），通常會直接簡稱為「跨境電商」，常見的跨境電商有 Amazon、eBay、蝦皮、Pinkoi 等平台。

一、跨境電子商務具有如下特徵(韓絮，2018)：

(一) 全球性(Global Forum)

無所不在的網路系統，造成沒有邊界的國際市場，跨境電商具有全球化的特性。網路用戶就不需要考慮國界，就可以把高附加價值之產品和服務，向全球市場延伸。

(二) 無形性(Intangible)

無所不在之網路發展，能使數位化產品和服務的銷售，在短時間內蓬勃發展。而數位化傳輸是通過不同類型的媒介，在全球化網路環境中進行，這些媒介在網絡中，是以數位代碼的形式出現的，因而是無形的。

(三) 匿名性(Anonymous)

由於跨境電子商務的非中心化和全球性的特質，因此很難識別電子商務用戶的身份和其所處的地理位置。

(四) 即時性(Instantaneously)

在網路世代中，唯一不變的就是不斷地改變。對於網路而言，傳輸的速度和地理距離無關。

(五) 無紙化(Paperless)

電子商務主要採取無紙化操作的方式，這是以電子商務形式進行交易的主要特徵。

二、跨國電子商務的優點：

(一) 打破時空限制

跨境電商的出現，讓世界各地的買賣雙方能突破時間及空間的限制，透過電商平台就能隨時隨地輕鬆地完成交易。

(二) 降低中間成本

以往跨國交易缺乏買賣雙方直接對接的平台，交易時需經手眾多管道，在其中就浪費掉不少時間及成本，而有了跨境電商後，成為交易雙方的單一媒介，減去不少中間成本。

(三) 提高資訊傳遞效率及透明度

由於過去國際貿易需經重重管道，交易資訊的傳遞速度相當遲緩，也因經過好幾手的傳遞，造成資訊精確度和透明度的下降，現今能透過跨境電商平台直接聯繫買賣雙方，大幅提升資訊傳遞的效率及透明度。

三、成為跨境電商前該注意的五大事項(dipp 點譜數位 Johnny Yang，2021)：

(一) 打破語言障礙

據國外研究指出，有 75% 的消費者表示更偏好從使用其母語的網站來購買產品，而 59% 的消費者則表示很少或未曾從英語限定的網站購買產品。由此可見，若想要收買國外消費者的心，除了有英文版本的商品說明外，最好也附上該國語言的產品解說。

(二) 符合在地文化

翻譯客戶國家的語言是一回事，同時還必須確保它在上下文中被正確使用。並且了解當地的風俗民情、當地人的口味、購物習慣及態度等，才有機會能成功打入國外市場。

(三) 遵循法律規範

每個國家地區對電子商務平台都會有不同的管制及範，在成為跨境電商前也必須詳閱各國的法規，如對於商品上架的規定、收取多少的手續費及交易稅、交易金額上限、商城素材規範等，做出適當的調整以符合這些規範。

(四) 合適付款方式

跨境電商通常會將消費者需付款的貨幣設定為當地貨幣，方便當地民眾結帳。除此之外，還須提供能讓客戶信任並滿意的付款方式，像是貨到付現、信用卡、支票、電子支付、振興券等當地較常見或符合該國政策的支付工具。

(五) 贏得客戶支持

跨境電商畢竟是來自國外的平台，要了解當地民眾的購物習性，並贏得其信任並非易事，或許我們可以透過給予一些購物優惠下手，如首次購物金、海外用戶專屬折扣、購物回饋金、精美贈禮等，或是提供有效的客服諮詢、良好的售後服務等，適時施以小惠並理解客戶需求，以獲得海外客戶的長期支持。

在這電商群雄崛起的時代，人人看準了國際市場豐厚的利潤，欲搶著成為跨境電商時，請謹記上述所說的五個注意事項，並依據進軍的海外市場做足事前準備及策略調整，立足國際，站穩跨境電商的一席之地！

第二節 跨境電商平台的比較

跨境電商的交易模式主要透過平台與跨境物流，打破過去傳統貿易需經過出口商、國外進口商、國外批發商與零售商才能將產品由本國銷售至海外消費者手中的冗長流程。跨境電子商務可以分為「直接跨境銷售」、「平台橋接銷售」、「代運營商銷售」與「落地經營銷售」等四種主要跨境交易模式(朱海成, 2016; 翁瑋珊, 2016)，此四種模式各有其優勢和劣勢，企業可依經營策略和商品結構選擇適合的跨境電子商務模式。

一、直接跨境銷售

此跨境電商模式為店家將貨品交付給境內電商平台業者，讓其將商品直接銷售給境外購買者(如：momo 海外直送、PChome 全球購等)。此電商模式較能自由上架，在跨入電商經營的門檻上較容易。但因其跨境物流的因素使得物流成本和消費者的等待時間增加。另外，此方式雖不需跨境設點，但相對的也不容易創造流量吸引海外消費者前來購物、商品須做行銷才能被看見，且得親自處理複雜的金流、物流與稅務問題，除了少數資源豐厚且海外知名度高的大型企業，較少業者選擇此模式。

二、平台橋接銷售（平台合作）

此跨境電商模式為店家自行於境外電商平台上架銷售，或先將貨品交付給境內電商平台業者，由其與境外電商平台業者橋接合作，商品由 B2C 報關方式送至境外電商平台銷售，以販售給消費者。或是透過與國際跨境平台廠商合作，將商品上架於國際平台上販售，以便消費者直接於平台交易的一種跨境電商模式。採用此電商模式對企業而言規則相對簡單（僅須符合平台的規則），但也有其劣勢，包括商品媒合困難、商品須整批商檢、備貨需充足等等，必要時要設倉庫並設立公司或需代理商進貨。

三、代運營商銷售

此跨境電商模式為店家透過中間代營運商，進而將商品上架至境外電商平台販售給消費者。此模式是企業透過合同的方式委託專業電商服務商為企業提供部分或全部的電子商務營運服務或網路營銷服務，例如樂利數位科技（台灣最大的電商服務公司），協助企業從品牌策劃、視覺設計、行銷推廣、客戶服務以及倉儲服務等專業之電子商務營運服務，協助企業將台灣品牌銷售至大陸（台北市進出口商業同業公會，2016）。例如：藍新科技與中國大陸兩大網購平台「天貓商城」及「京東商城」合作，協助將台灣精品藉此平台導入中國市場。Uitox 則積極經營東南亞市場，與新加坡、馬來西亞等地的主要電商平台合作設置台灣專區，協助台灣美食、美妝業者進入東南亞市場。

四、落地經營銷售

此跨境電商模式為店家直接至境外開設網站或於境內電商業者至境外開設的電商平台銷售商品給消費者，其可於商家下單後，直接由當地公司寄出貨品。如 PChome Online 已進入北美與東南亞市場，台灣樂天與 momo 購物網也陸續進軍東南亞，直接在當地開設電商平台。其優勢在於可以直接與客戶接觸，能較快速的了解消費者行為，進而修正經營策略。

目前跨境電商的模式按照產業模式與交易對象，可將常見的跨境電商平台模式分為 B2B 平台、B2C 平台及 C2C 平台，全球跨境電子商務平台的發展應用情形整理如下：

模式 國家	B2B 跨境電商平台	B2C 跨境電商平台	C2C 跨境電商平台
美國	Liquidity Services、 MFG、ThomasNet、 Amazon Marketplace	Amazon、Wish、Apple、 Yahoo、Groupon、 Macys、Walmart、Dell	eBay、Yahoo、 Etsy
中國	阿里巴巴國際站 Alibaba、環球資源、中 國製造網、慧聰網、上 海鋼聯、焦點科技、環 球市場、生意寶、自助	天貓(Tmall)、京東商城 (JD)、唯品會、蘇寧易購 (Suning)、全球速賣通 AliExpress、小米商城 (xiaomi)蘭亭集勢、易寶	淘寶(Taobao)、 eBay 易趣

模式 國家	B2B 跨境電商平台	B2C 跨境電商平台	C2C 跨境電商平台
	貿易網、敦煌網		
日本	日本樂天(Rakuten)	MUJI 無印良品、Jshoppers 即尚網、Nissen、zozotown	Rakuma 樂趣買
歐洲	Kellysearch、Europages	Zalando	Allergro
台灣	台灣經貿網、idealez 買 賣旺	Yahoo、PChome、Momo、 udn 買東西、博客來	露天拍賣、yahoo 拍賣、GOMAJI
南韓	EC21、EC Plaza	G-Market、11st、Lotte 樂天	Gmarket
新加坡	Lazada	蝦皮 Shopee	Carousell
印度	Tradeindia	Snapdeal	Flipkart
越南	Tiki	Tiki	Sendo
印尼	blibli	Bukalapak	Tokopedia 、 Bukalapak

表 2-1 全球跨境電子商務平台的發展應用情形

第三節 台灣經貿網跨境電商平台

台灣經貿網(Taiwantrade)為經濟部國際貿易局針對 WTO 入會後之競爭情勢，以及進出口貿易與電子商務接軌的全球趨勢，責成外貿協會專案規劃建置的「我國貿易整合總入口網站」。Taiwantrade 連結國內電子市集、國內公會及貿易相關業者，並整合貿易流程資訊，扮演「我國網路貿易推廣及接單中心」，協助我國廠商順利邁向無紙化貿易，運用網路科技開拓全球市場。

Taiwantrade 的核心價值在於應用網路科技促動貿易電子化，並朝向資料庫增值、網路行銷、貿易社群經營以及國際合作等四大縱深耕耘。Taiwantrade 具備交易服務、商機商情、多維性供應商資料庫等功能，並提供電子型錄管理系統、商機資料增值服務以及客製化線上交易等機制。在國際行銷部分，利用先進的網路「一對一行銷」技術，將國際貿易中繁複的交易流程，透過客製化的設計，整合為簡易使用的操作介面，買賣雙方可透過個人化的專屬服務在第一時間完成銷售與採購的作業。此外，外貿協會將結合實體行銷資源進行網路上之展銷活動，吸引買主上網搜尋，為國內業者創造網路商機。

商機增值也是台灣經貿網的核心服務，國外買主資訊透過經濟部及外貿協會遍佈全球的服務據點，以零時差的方式迅速傳遞，建構一個完善的全球商機通報體系，並與各項商機商情、海關貿易資料庫的交相整合運用之下，迅速掌握買主動向，產製即時之市場攻略資訊。對國外買主之服務，則透過通告台灣新產品資訊、商機撮合配對、供應商資訊管理等多元機制，促進海外社群會員之成長，降低買主搜尋產品/供應商的成本，提升國外買主對台採購效益。Taiwantrade 的各項功能均以促動線上交易為主，日後除不斷提昇服務內涵外，並將尋求與國內外貿易相關業者結盟，提供全套服務(one-stop service)，發揮網路貿易的效率。Taiwantrade 不僅將引領我國中小企業跨入網路貿易的新競爭時代，協助進出口廠商利用電子商務強化競爭能力，亦將有利現有的電子市集產業發展。

一、台灣經貿網六大特色：

(一) 台灣經貿網有三寶：商情、活動、商機寶：

1. 商情：匯聚全球 120 個據點在地情報，提供產業及國家等各類商情。
2. 活動：涵蓋國內外展覽拓銷團、研討說明會及培訓等拓銷活動。
3. 商機：囊括買主商機、政府採購案、採購洽談及國內合作機會，並有產業商機數據可觀趨勢。

(二) 關鍵字秒搜:關鍵字直搜、分類資訊精準查。

(三) 目標市場隨選即查:輕鬆複選產業及國家、目標市場立即 GO。

(四) 熱點地圖掌握全球動脈:醒目標記熱門區域報您知曉「商情、活動、商機」富饒之地。

(五) 市場探索一點通:一站網羅主打市場全方位拓銷資訊。

(六) 響應式設計隨時掌商機:支援跨螢瀏覽，成為您行動拓銷資訊站。

第四節 平台流量、產品曝光率與點擊率

電商公式基本上就是由「流量」、「轉換率」、「客單價」，以及「網站營收」所組成，少了一個都不行。而這也是行銷人口中的「賺錢公式」(龐果設計，2021)。

電商所說的流量就等於門市的來客數，門市只要有人進來逛，來逛的人就是你的「流量」。所以不管有沒有成立訂單，只要有人進來網站瀏覽的行為成立就算獲得一個流量。所以電商網站創造營收的關鍵就在於「流量」，那麼該如何獲得更多的流量就會成為我們需要思考的問題(蔡榮豐，2018)。

流量(Traffic)又分為(1)有興趣/需要購買(2)無聊逛逛/被梗圖吸引進來，而流量重點在於「確保進來的流量是對電商感興趣」，其實比如何獲得更多流量來的重要，今天如果流量是因為與電商完全不相關的梗圖、文章而來，那最基本的流量可能根本對電商賣的東西毫無興趣，再者這種流量過多會一定程度上影響電商網站的數據收集，對提升網站營收沒有任何幫助可言。如何獲得正確的流量？流量是所有電商都在爭取的目標，而爭取的策略也五花八門。常見的流量就有:付費廣告、社群行銷、口碑行銷、EDM行銷、SEO行銷。而我們就利用了 Facebook 的付費廣告、社群行銷、SEO行銷來增加我們的流量。

曝光 (Impression) 也可解釋成「瀏覽數」，代表貼文被顯示的次數、出現在畫面多少次，而曝光率的計算方式為曝光率 = 曝光數 / 觸及數 * 100%(唐廉智，2007)，是用來衡量貼文被「重複」看到的程度多寡，打造品牌知名度及產品曝光率，有助於幫助顧客建立品牌認知，優化整體的品牌體驗，進而提高購買機會，並與競爭品牌做出區隔，強化顧客的黏著度。

點擊率(Click through rate, 縮寫 CTR)，點閱率是指網站獲得的點擊次數除以曝光次數所得的值：點擊次數 ÷ 曝光次數 = 點閱率(唐廉智，2007)。點閱率高代表使用者認為你的網站標題可能實用又與其搜索之關鍵字有較高相關。點閱率也會影響關鍵字的預期點閱率，這是搜索引擎對於排名評級的要素之一。要注意的是，宣傳內容及網站連結所出現的地方都會影響點閱率高低。我們可以根據點閱率來衡量哪些標題和關鍵字的成效良好，哪些需要被改善。關鍵字與標題之間的關聯性越高，使用者在搜尋你的關鍵字句子後按下搜索結果的可能性就越大。

此外，進入到網路時代後，品牌應該嘗試新的渠道資源與媒體平台和受眾進行溝通，加深行銷溝通力道，為品牌帶進訂單並且培養更多的忠實顧客。品牌知名度能為品牌奠下良好的溝通基礎，開發基數足夠的潛在客戶，持續開拓、加以經營，必能使品牌長久地立於不敗之地。

第五節 FB 社群行銷與廣告投放

一個成功品牌，除了要有卓越創意設計與好產品外，同時也需要好的行銷策略來做搭配(朱延智，2013)。比起內部的財務條度、生產作業、人力資源外，行銷更注重的是外在消費者、競爭者。透過社群網路媒體平台，企業可以在網路上做實體商品之品牌延伸發展，現今台灣新崛起之中小企業，也逐漸開始透過網路傳播方式建立起品牌形象(顏章原，2013)。

在眾多行銷方式之中，網路行銷為最新行銷方式。網路行銷之所以興起，是因為寬頻普及，加速網路成長，因此改變了消費者的消費模式網際網路不但具備行銷能，也成為主要銷售管道，是任何企業品牌都不可輕易忽視存在(朱延智，2013)。

根據創市際於 2016 年 6 月所進行的「社群服務」調查，在各社群服務使用情形，以「社群網站」的使用率最高；其次是「即時通訊軟體」由分析發現「許多朋友都有用此社群服務」是影響網友選擇使用社群服務時首要因素，而其平均使用頻率為 6.16 天。將社群媒體根據網站類型分成社群網站、部落格網站兩種類型進行觀察。並將社群網站定義為主要功能是讓網友在網站中進行互動並建立線上社群。根據調查數據顯示臉書為最多人造訪其到訪率為 70%，相較於排名第二「新浪微博」的 8.2% 差 10 倍左右此可知台灣人在社群網站使用程度以書的使用狀況為第一(創市際，2016)。

對於在構想每種類型發文時須注意情況，也有相關學者提出觀點。(周世惠，2011)到文力較好的都是有趣輕鬆、非正規圖文連結。加上一般粉絲沒有太多時間看長訊息內容，任何一個動態消息幾秒鐘就消縱即逝，因此標題與內容要掌握「簡潔而有趣」原則。(崇達，2013)認為維粉絲專頁高能見度與觸及率，就需要不間斷發文。而發文內容是否有打動人心元素，就會影響粉絲是否決定要按「讚」。(鄧文淵，2016)認為粉絲專頁文頻繁且簡潔，及運用第一人稱的角度發文使粉絲感到有親近感。除了發文內容必須要有所分類以及在發文時所須注意之項目外，適時的加入圖像來呈現出發文形式，不但能提升粉絲對於發文內容之注意，也能使粉絲容易閱讀企業所想傳達之意義。因此可以透過學者提供的論點，加以運用，進行發文。

第參章 研究內容與方法

第一節 研究架構

如圖 3-1，我們參加台灣經貿網的比賽，透過比賽與廠商媒合之後，開始了解廠商期望的行銷模式，電商平台上架、社群行銷等。之後我們開始研究廠商提供的產品，尋找適合產品的行銷內容，再將蒐集到的資料做整理、優化，最後利用這些資料到台灣經貿網上架產品，設計產品內容增加曝光率，以及到 Facebook

與 Youtube 做產品推廣的動作。

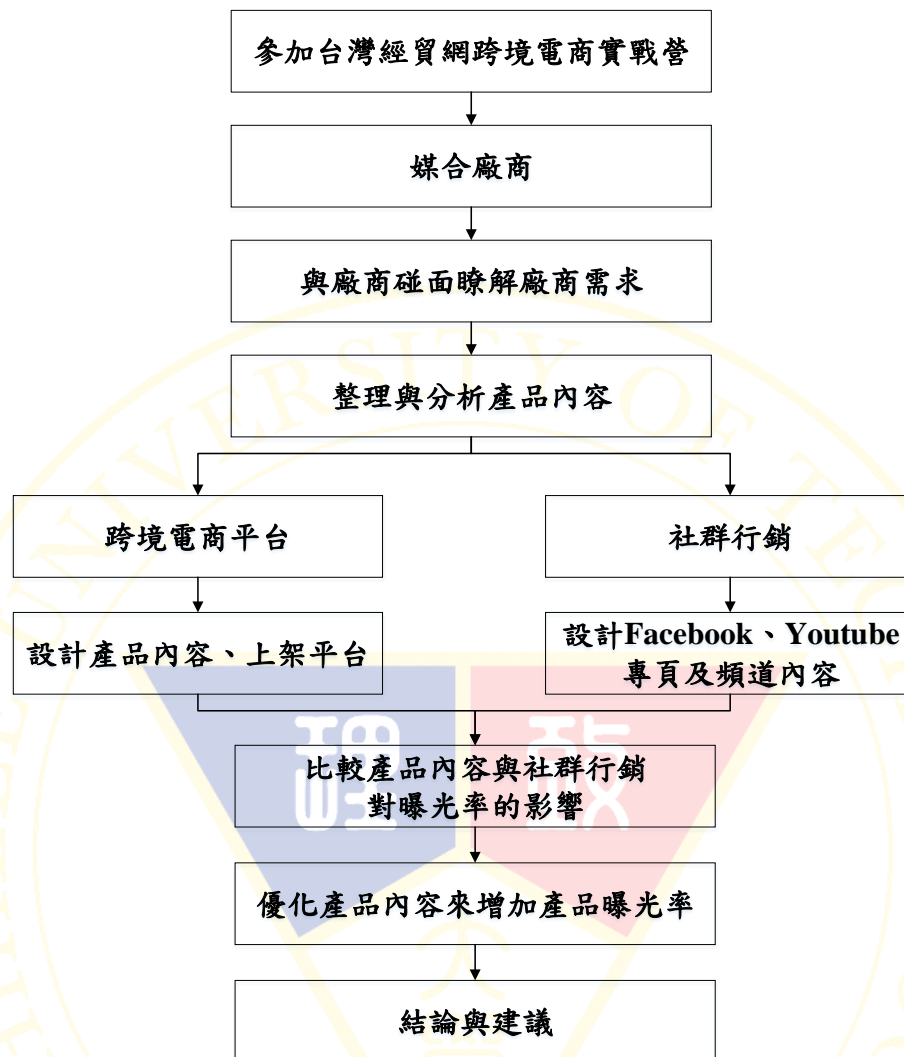


圖 3-1 研究架構圖

第二節 行銷結構

如圖 3-2 我們的行銷手法主要分成三個部分，分別是在台灣經貿網上架產品，及在 Facebook 與 Youtube 做社群行銷。我們先研究了產品的內容與定位，之後在台灣經貿網上設計產品內容，放上產品清晰照供買家瀏覽。在 Facebook 上創立粉絲專業，用比較貼近顧客的方式介紹產品的材料、使用方式、使用場合及他的重要性，以及在 FB 上投放廣告，讓買家可以直接透過廣告連結到台灣經貿網上的平台瀏覽。至於在 Youtube 的部分我們放上了產品的外觀介紹影片，讓買家可以 360 度觀看產品的外觀。

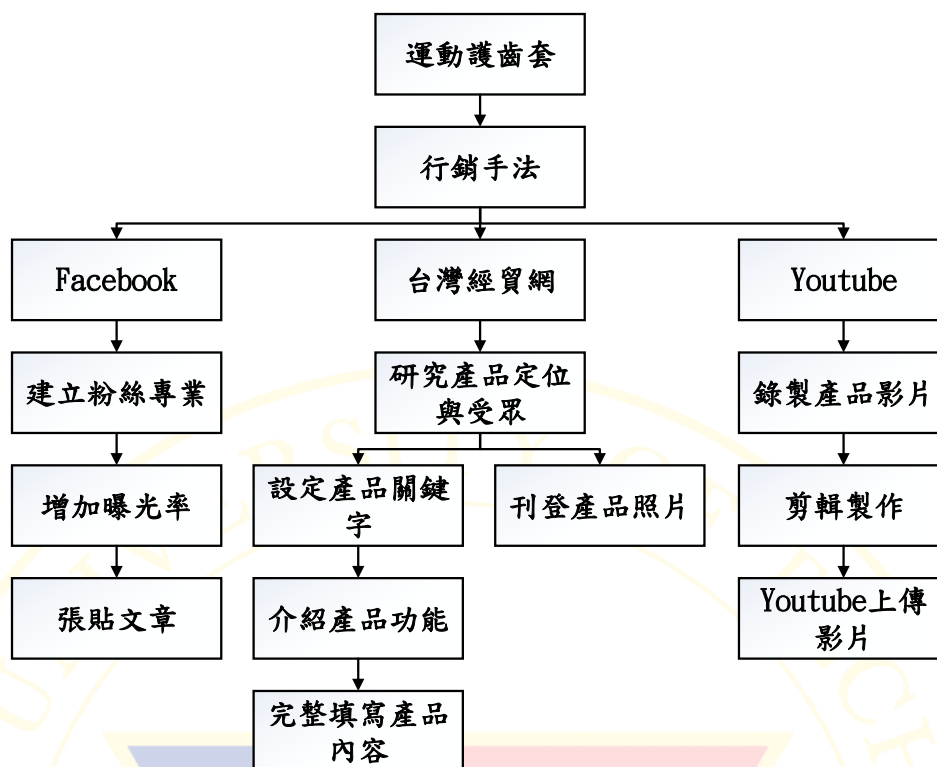


圖 3-2 行銷結構圖

第三節 SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢
1. 為一從事各類塑膠製品之專業製造廠。 2. 於1981年創立，已有40多年經驗。	1. 國外已有些大廠牌存在。 2. 掌握國際客戶、建立全球品牌行銷的能力較弱。
O 機會	T 威脅
1. 可藉由公司創立已久的經驗來宣傳。 2. 利用跨境電商平台增加在國外的知名度。	1. 國外大品牌的競爭力強烈。

表 3-1 SWOT 分析

第四章 實驗結果與設計

第一節 台灣經貿網平台之產品內容設計與上架

一、建立專屬的關鍵字詞彙

如圖 4-1、圖 4-3 所示，利用 Google Trends 去找出適合「護齒」的產品關鍵字，也會去參考其他電商平台對「護齒」下的關鍵詞，並將這些詞彙分類統整如圖 4-2，後續在下產品名稱關鍵字時就可以讓產品在平台中更快被搜尋到，由於我們廠商的產品最主要就是「護齒」，所以產品名稱可以變化的範圍就比較小。

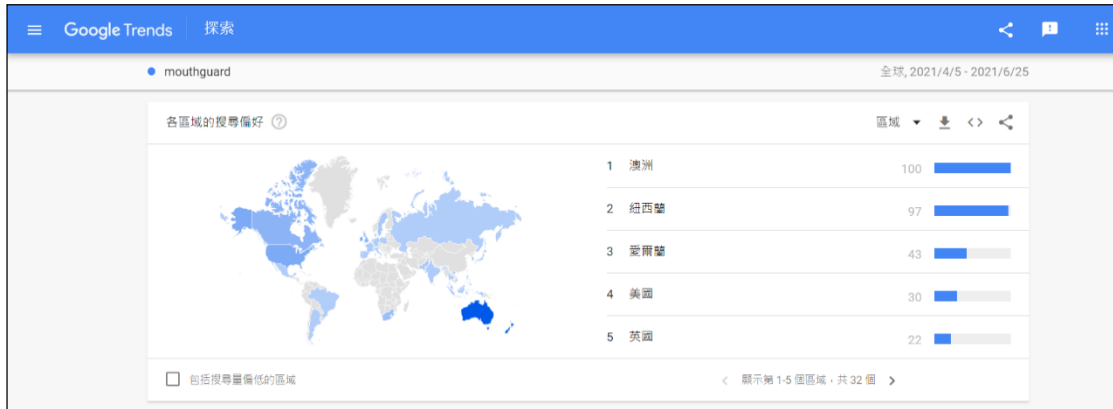


圖 4-3 Google Trends 搜尋字詞國家分布

行銷	形容詞	產品名稱	功能/技術	物料	款式	顏色	核心字	性別/機器
Top Quality	customized	mouth guards	Sporting goods	plastic	Single layer	Customized	Sporting Mouth Guard	Boxing Sports
The Best	Protection	Athletic Sport Mouthguards	Tooth protector	Food grade rubber	Double layer	blue	Modable Sport Protect Teeth	Football
Eco-friendly	guard outpiece		Boxing Equipment	Rubber		white		Hockey
Hot sell	professional		boxing MMA protective	Modable Rubber		Transparent		Sports
New Arrival Printed	trend		Anti Grinding	TPE		Custom Color		adult
Wholesale	Innovation		Sports teeth protector	Medical Grade		Multicolor		junior
			Boxing Training Exercise	EVA eco-friendly				children
			inlay printing					American Football
								Athletic Sport
								Karate
								Taekwondo
								Basketball

圖 4-2 關鍵字表格

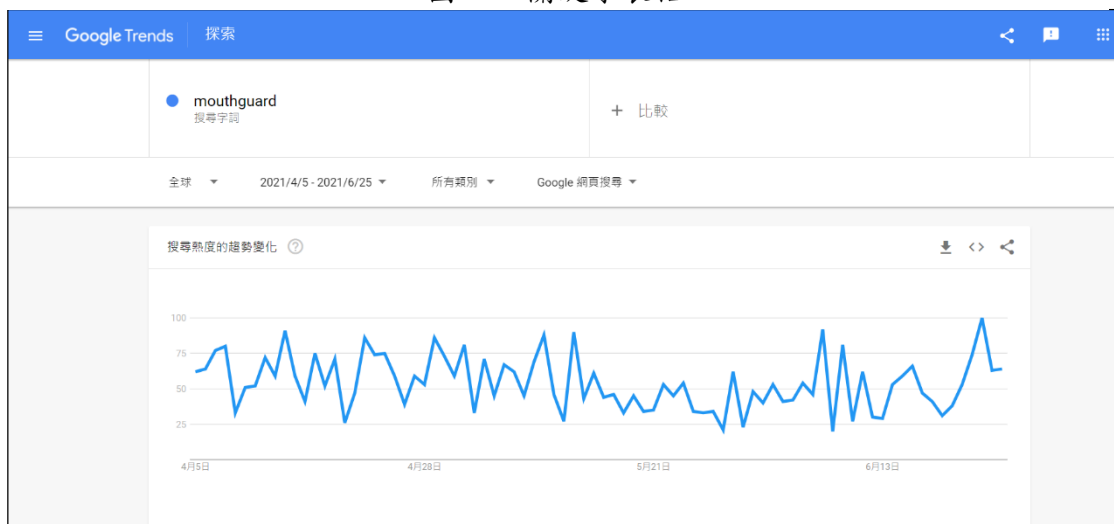


圖 4-1 Google Trends 搜尋字詞

二、發想容易搜尋的產品關鍵字

如圖 4-4 所示，以這個「護齒」為例，利用我們為廠商創建的專屬關鍵字

詞彙去組合出適合產品的名稱，是用「產品名稱+功能/技術+顏色+運動項目」，標題關鍵字的字數定在 30~40 英文字母，這樣的產品關鍵字在經貿網或是 Google 搜尋引擎都可以很容易的搜尋到我們的產品，成功提高產品曝光度。

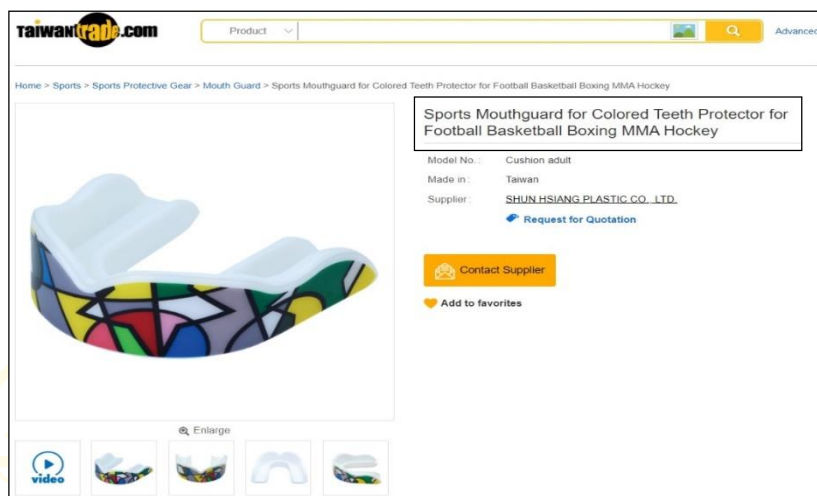


圖 4-4 產品標題

三、拍攝清晰產品照

如圖 4-5 所示，圖像是讓買家最快認識我們的產品方式，我們利用手機拍攝不同角度和產品細節，由於現在手機相機解析度越來越好，因此我們不用專業相機也可以拍出清晰的產品照，照片大小固定設為 700*700 符合經貿網規定，後續再使用 PhotoShop 去背、調色，讓商品能如實的呈現在網站平台，增加廠商的商機。

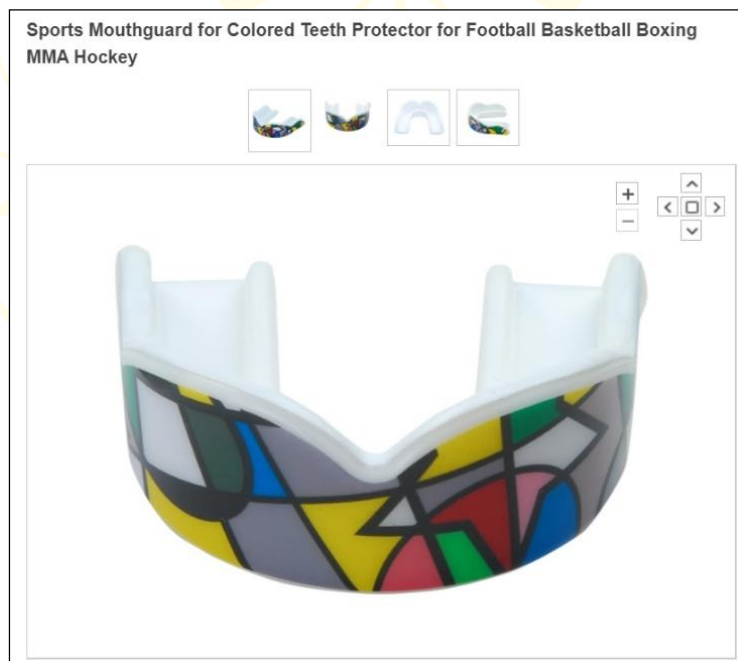


圖 4-5 產品圖片

四、詳細的產品介紹

如圖 4-6 所示，文字可以將我們製造產品使用的技術、工法、原料以及塗料告知買主，內容就會提到我們使用無毒無味的塑料製成，也會說明產品的使用方式，讓買主更加了解我們的產品。

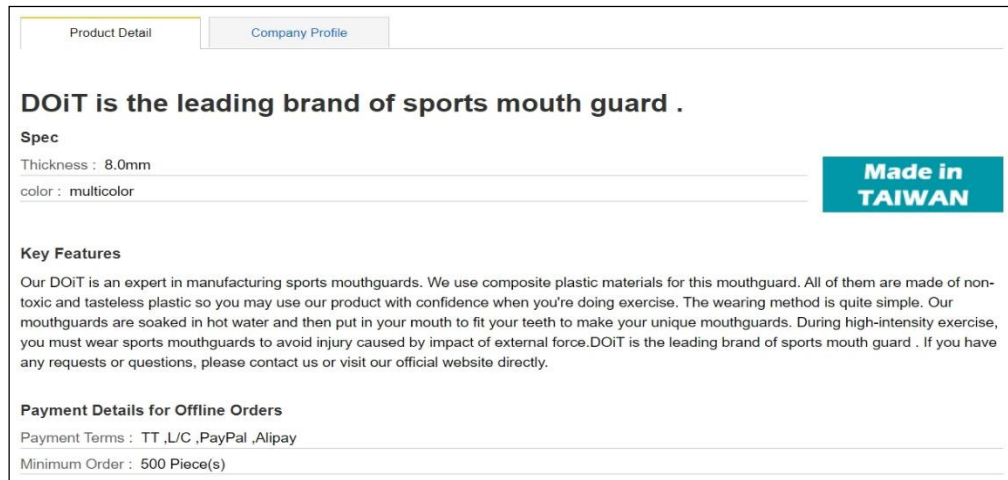


圖 4-6 產品文案

五、為產品拍攝介紹影片

如圖 4-7 所示，因應現代人喜歡觀看影片，我們將產品拍攝介紹影片，利用 360 度的拍攝手法可以讓買主更深入了解我們的產品，影片的剪輯與設計是利用 Canva、InShot 這兩個圖像影音剪輯工具製成，同時我們也將影片上傳至 YouTube，在影片資訊欄位放上經貿網的網頁可以將買主導至平台，進而增加廠商的曝光度。

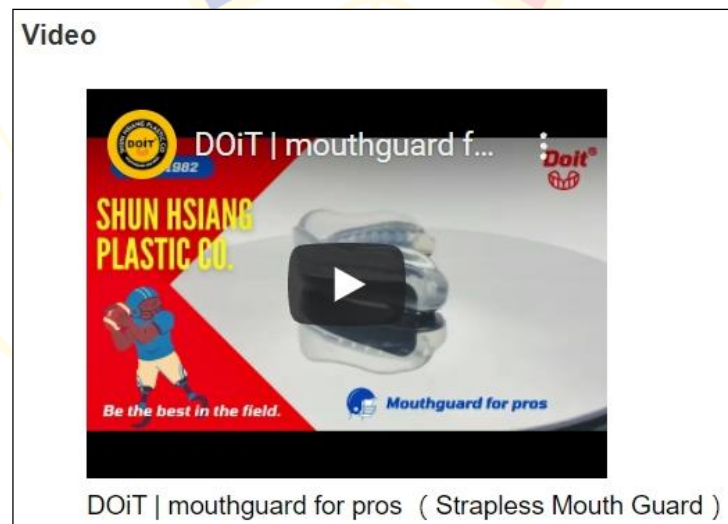


圖 4-7 產品影片

第二節 Facebook 社群行銷設計與廣告投放

一、Facebook 粉絲專頁張貼文章

創建粉絲專頁，幫助廠商的品牌打響知名度，並每週至少更新 3 篇貼文，從 5/9-6/22 發了總共有 12 篇文，如圖 4-8 至圖 4-19 所示我們以圖片及影片來吸引消費者觀看並透過文案內容，向粉絲推廣產品，提升商品頁點擊率，將更容易幫助增加產品銷量。



圖 4-8 貼文內容



圖 4-9 貼文內容

DOIT Mouthguard for pros
5月23日 · 🌐

These are Strapless Mouth Guards, which can protect your safety and reduce impact on your teeth and jaws while doing sports such as American football, boxing and so on. We can customize any style mouthguard based on your needs. Welcome to inquire about the price and order goods - also welcome to the official website to see more goods. Your safety is protected by us! Our products also meet FDA requirements. It's our responsibility to give you peace of mind!

Address: 1F., No. 25, Aly. 16, Ln. 1171, Sec. 1, Zhongshan Rd., Guanyin Dist., Taoyuan City 328, Taiwan (R.O.C.)
Link: <https://mouthguards.en.taiwantrade.com/> ✓
E-mail: jeffrey@taiwan-plastic.com
Phone: (886)3-4735689#13

翻譯 分享



圖 4- 10 貼文內容

DOIT Mouthguard for pros
5月28日 · 🌐

This is a sports mouthguard with strap, which hang out to the helmet in case of missing. When you're doing exercise, the external and internal high density gel provide superior shock management. We offer customized sports mouthguard services, to create the most suitable mouthguard for you. If you have any questions you can contact us at any time, or welcome to our official website to inquire about the price an order and it is our honor to serve you.

Address: 1F., No. 25, Aly. 16, Ln. 1171, Sec. 1, Zhongshan Rd., Guanyin Dist., Taoyuan City 328, Taiwan (R.O.C.)
Link: <https://mouthguards.en.taiwantrade.com/> ✓
E-mail: jeffrey@taiwan-plastic.com
Phone: (886)3-4735689#13

翻譯 分享



圖 4- 11 貼文內容

DOIT Mouthguard for pros
5月29日 · 公

The design of this mouth guard is selling like hot cakes. According to your request we offer the service of customizing any style, welcome to visit our official website for more information, when you're playing hockey it can enhance the protection of your teeth. The pattern on the guard is made of Inlay printing technology, so you may use this product with confidence, no need to worry about touching the ink when wearing our guard. If you have any questions you can contact us directly, or welcome to our official website.

Address: 1F., No. 25, Aly. 16, Ln. 1171, Sec. 1, Zhongshan Rd., Guanyin Dist., Taoyuan City 328, Taiwan (R.O.C.)
Link: <https://mouthguards.en.taiwantrade.com/> ✓
E-mail: jeffrey@taiwan-plastic.com
Phone: (886)3-4735689#13

翻譯中英



圖 4-12 貼文內容

DOIT Mouthguard for pros
5月30日 · 公

Why do you need sports mouthguard ?
1. To prevent damage to the teeth
2. Protect your tongue and gums
3. Minimize oral injuries when you exercise

It is made of TPE material, which can be thermally plasticized and can be applied to various mouth shapes

Safe, non-toxic, no peculiar smell, edible grade, multiple shaping
Instruction for use: First, soak in hot water for about 40 seconds to soften; second, put it in the mouth for bite shaping; third, soak the shaped mouthguard in ice water or room temperature water until they solidify and finish.

If you have any questions, you can contact us directly, or welcome to visit our official website.

Address: 1F., No. 25, Aly. 16, Ln. 1171, Sec. 1, Zhongshan Rd., Guanyin Dist., Taoyuan City 328, Taiwan (R.O.C.)
Link: <https://mouthguards.en.taiwantrade.com/> ✓
E-mail: jeffrey@taiwan-plastic.com
Phone: (886)3-4735689#13

翻譯中英



圖 4-13 貼文內容

DOIT Mouthguard for pros
6月4日

In boxing, mouthguards are essential protective gear. Our mouthguards are professionally designed and produced in Taiwan.

Any style can be customized according to your requirements. This is made of multiple layers of plastic gel and using medical-grade materials. Mouthguards not only have excellent protection and comfort but also safe and hygienic. To provide protection, absorb shocks and disperse external forces during boxing, even if you are subjected to severe external shocks. It is also very convenient to use. It can be freely shaped according to each person's teeth without special customization. Our DOIT is the designated brand for major competition players. For more information please contact us or visit our website.

Address: 1F., No. 25, Aly. 16, Ln. 1171, Sec. 1, Zhongshan Rd., Guanyin Dist., Taoyuan City 328, Taiwan (R.O.C.)
Link: <https://mouthguards.en.taiwantrade.com/>
E-mail: jeffrey@taiwan-plastic.com
Phone: (886)3-4735689#13



圖 4- 14 貼文內容

DOIT Mouthguard for pros
6月5日

Our DOIT is an expert in manufacturing sports mouthguards. We use composite plastic materials for this mouthguard. All of them are made of non-toxic and tasteless plastic so you may use our product with confidence when you're doing exercise. The wearing method is quite simple. Our mouthguards are soaked in hot water and then put in your mouth to fit your teeth to make your unique mouthguards. During high-intensity exercise, you must wear sports mouthguards to avoid injury caused by impact of external force. DOIT is the leading brand of sports mouth guard. If you have any requests or questions, please contact us or visit our official website directly.

Address: 1F., No. 25, Aly. 16, Ln. 1171, Sec. 1, Zhongshan Rd., Guanyin Dist., Taoyuan City 328, Taiwan (R.O.C.)
Link: <https://mouthguards.en.taiwantrade.com/>
E-mail: jeffrey@taiwan-plastic.com
Phone: (886)3-4735689#13



圖 4- 15 貼文內容

DOIT Mouthguard for pros
6月6日 · 公

You must have worn mouth guards during sports competitions. Our mouthguard not only protects your teeth but also reduces the collision of your teeth during your exercise, wearing mouth guard can provide a full range of protection. The mouth guard is made of TPE material, it can be heat-plasticized, suitable for various mouth shapes, it is safe, non-toxic, no peculiar smell, food-grade, and multiple moldings.

The method of use is very simple, just soak in hot water for about 40 seconds to soften the guards, put it in the mouth to shape, and finally soak in cool water or room-temperature water, etc. to solidify, is it super easy right?

If you have any questions, you can contact us directly, or welcome to visit our official website.

Address: 1F., No. 25, Aly. 16, Ln. 1171, Sec. 1, Zhongshan Rd., Guanyin Dist., Taoyuan City 328, Taiwan (R.O.C.)
Link: <https://mouthguards.en.taiwantrade.com/> ✓
E-mail: jeffrey@taiwan-plastic.com
Phone: (886)3-4735689#13

歡迎串流



圖 4-16 貼文內容

DOIT Mouthguard for pros
6月12日 · 公

Why should you wear a sports mouthguard?
Sports mouthguards are the best protection to keep your teeth for a lifetime. Mouth guards can be designed to cover the upper teeth, or they can be shaped to protect both the upper and lower jaws, not only do they save teeth, but they also prevent serious injuries like broken teeth, jaw fractures, and neck injuries...etc. They may also reduce the severity of concussions. And because they put your lower jawbone in a forward, downward position, they create a separation between the top of the jawbone and the lower part of the brain.

Address: 1F., No. 25, Aly. 16, Ln. 1171, Sec. 1, Zhongshan Rd., Guanyin Dist., Taoyuan City 328, Taiwan (R.O.C.)
Link: <https://mouthguards.en.taiwantrade.com/> ✓
E-mail: jeffrey@taiwan-plastic.com
Phone: (886)3-4735689#13

歡迎串流

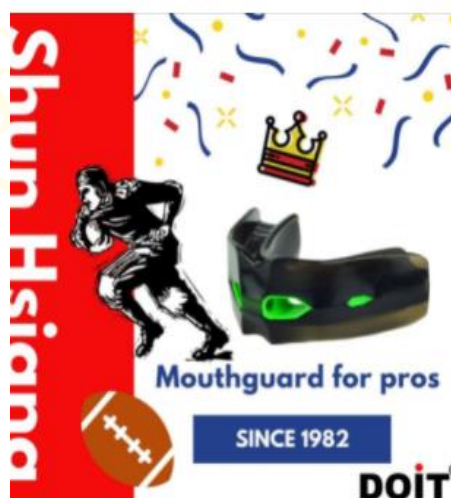


圖 4-17 貼文內容

DOIT Mouthguard for pros
6月13日 · 公

The DOIT sports mouthguard are made of soft plastic, colorless and non-toxic, we are experts in making sports mouthguard, and we offer a wide range of sports mouthguard to create your own and favorite sports mouthguard to suit your preferences. Using a sports mouthguard protects your teeth and mouth, it allowing you to play football with confidence and boldness when exercising. For more information, please contact us or visit our website. Cooperate with us to develop sports mouth guard is your best choice, your safety is our number one priority.

Address: 1F., No. 25, Aly. 16, Ln. 1171, Sec. 1, Zhongshan Rd., Guanyin Dist., Taoyuan City 328, Taiwan (R.O.C.)
Link: <https://mouthguards.en.taiwantrade.com/> ✓
E-mail: jeffrey@taiwan-plastic.com
Phone: (886)3-4735689#13

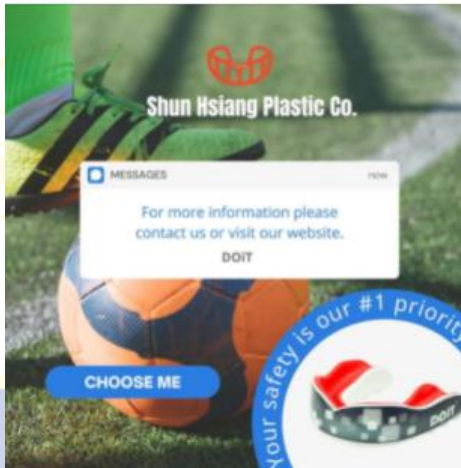


圖 4-18 貼文內容

DOIT Mouthguard for pros
6月13日 · 公

Doit Taiwan double-layer sports mouthguard
Suitable for variety of intense sports, such as: Taekwondo, karate, boxing, fighting, MMA, fighting, loose playing, basketball, etc., also applicable to anti-grinding teeth, to protect the safety of the jaw. In addition to protecting the teeth, the sports mouthguard also have the function of absorbing cushioning force in the event of a collision. In the tight bite, the tooth mold close, make sure the guard is securely attached to your tooth and also breathable! Any style can be customized, whether single color, two-colors, all kinds of patterns, using Inlay printing technology, ensure the ink does not come off. DOIT is the leading brand of sports mouthguard. If you have any requests or questions, please contact us or visit our official website.

Address: 1F., No. 25, Aly. 16, Ln. 1171, Sec. 1, Zhongshan Rd., Guanyin Dist., Taoyuan City 328, Taiwan (R.O.C.)
Link: <https://mouthguards.en.taiwantrade.com/> ✓
E-mail: jeffrey@taiwan-plastic.com
Phone: (886)3-4735689#13



圖 4-19 貼文內容

二、投放 FB 廣告

如圖 4-20 所示，在這期間總共投放了 2 個廣告。希望粉絲專頁可以讓更多人知道，所以投放廣告使粉絲專頁觸及率增加，也利用 FB 廣告功能將外部商店連結套在廣告上，讓人可以點到我們的商店去觀看，使流量增加。



廣告名稱	觸及人數	連結點擊次數	花費金額
網站訪客人數 SHUN HSIANG PLASTIC CO., LTD. is a Sports suppl...	3,244	9	NT\$170 每天花費NT\$50
新行銷活動-流量 > 1 個廣告組合 > 1 則廣告 流量 編號：23848095343060472	1,414	9	NT\$143 花費金額

圖 4-20 廣告投放成效

如圖 4-21 所示，第一次投放為宣傳此粉絲專頁讓更多人知道，所以我們設定一個廣告內容，設置一個行銷活動，設定廣告受眾為 25-60 歲的男性和女性，然後該用戶有跟運動、美式足球、拳擊有關的。如圖 4-22 至圖 4-24 所示版面為輪播畫面，利用 about as 的概念，投放讓大家清楚知道我們是做甚麼的，並加入經貿網平台的連結讓消費者可以導入到裡面。同時宣傳粉絲專頁時並也增加經貿網平台的觸擊率。



圖 4-21 廣告投放畫面 1



圖 4-22 廣告輪播畫面 1

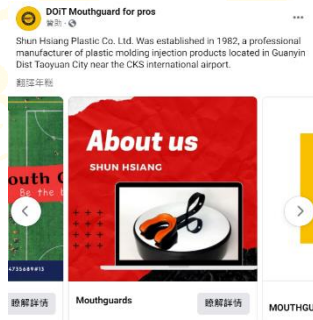


圖 4-23 廣告輪播畫面 2



圖 4-24 廣告輪播畫面 3

如圖 4-25 所示，第二次廣告設定為是使用外部連結的方式，是為了要促進經貿網平台的流量。讓消費者可以看到此廣告後可以點進到台灣經貿網平台去逛逛，了解到我們的商品，使平台的曝光率可以上升。

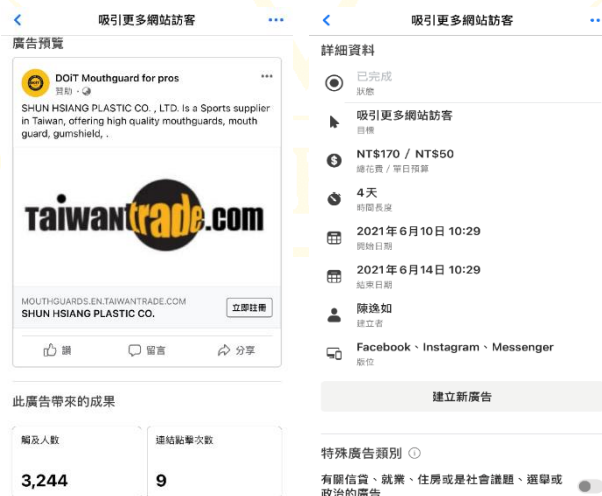


圖 4-25 廣告投放畫面 2

這 2 次的廣告投放成效如圖 4-26、圖 4-27 所示，我們是利用比賽方給的廣告金費投放了 2 個廣告，分別是 6/10-6/13、6/11-6/14 這 2 個廣告。從圖中看到在這 2 個廣告投放的成效沒有到很好，只有觸及率但真正點擊進來的人很少。從這次廣告投了解到投放不是只有投放出去就好，還要瞭解到受眾群並讓範圍縮小不能太籠統反而會讓廣告投放失敗，設定好廣告內容才能有好的成效。

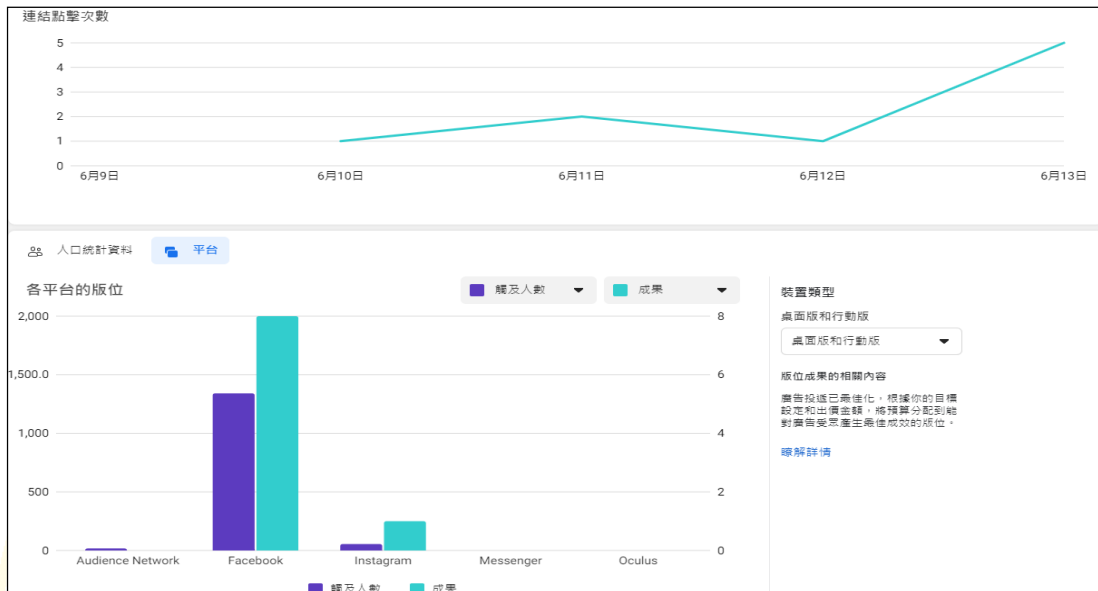


圖 4-26 第一次廣告投放

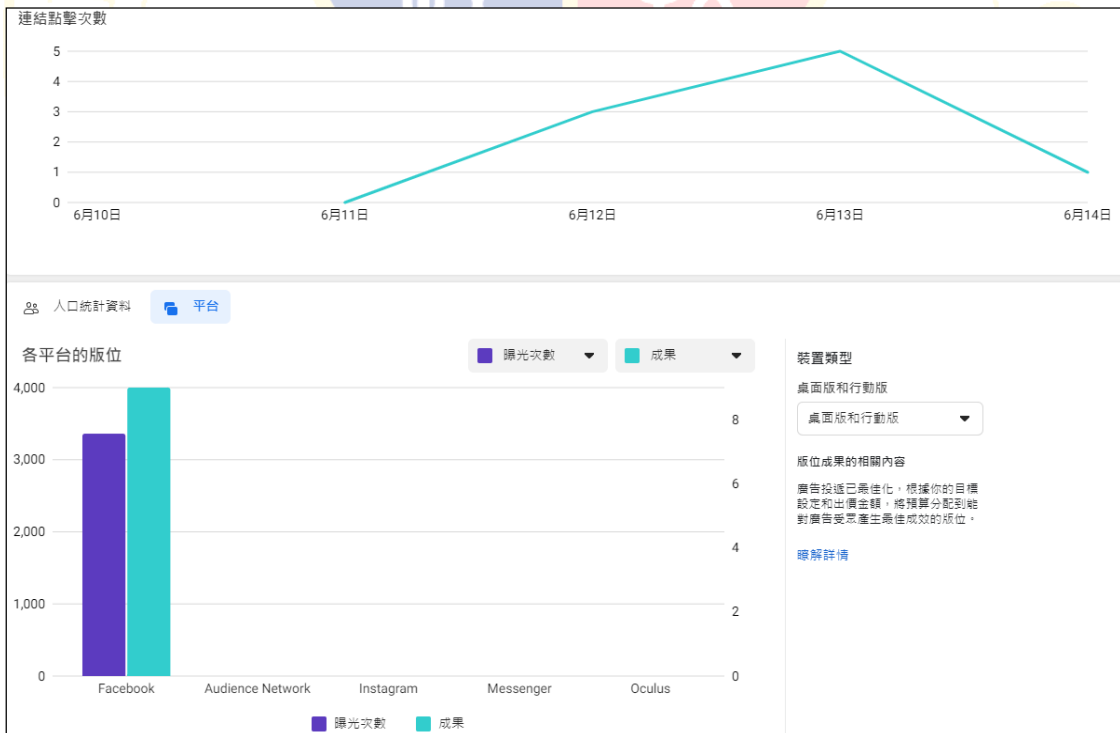


圖 4-27 第二次廣告投放

三、FB 粉絲專頁經營成效

如圖 4-28 和圖 4-29 所示，從 5 月 9 日開始經營到 6 月 22 日，在發放廣告的

日子觸及率才上升了許多，經營了差不多 1 個多月後，發現其實此商品受眾不是很多，在國外也有很大的廠牌在供應。但有經營還是有差，雖然受眾不多但在這期間也還是有廠商找我們代工。



圖 4-28 粉絲專業觸及人數



圖 4-29 粉絲專業花費金額

第三節 Youtube 社群行銷設計

一、Youtube 社群行銷趨勢

社群平台上的影音分享漸趨頻繁，YouTube 影片觀看量也隨之增漲。根據 YouTube 官方所公佈之數據，目前 YouTube 的使用者人數已突破十億，數量幾乎佔了全體網路使用人數的三分之一，來自全球的使用者，每天在 YouTube 上觀看影片的總時數更高達上億小時。

二、Youtube 上傳的影片

如圖 4-30 在比賽後期，我們創建一個 Youtube 頻道，上了 2 支產品的影片，拍攝工具為手機，而我們的影片拍攝技巧為 360 度拍攝，再利用剪輯軟體，加入特效及音效後上傳至 Youtube 頻道。

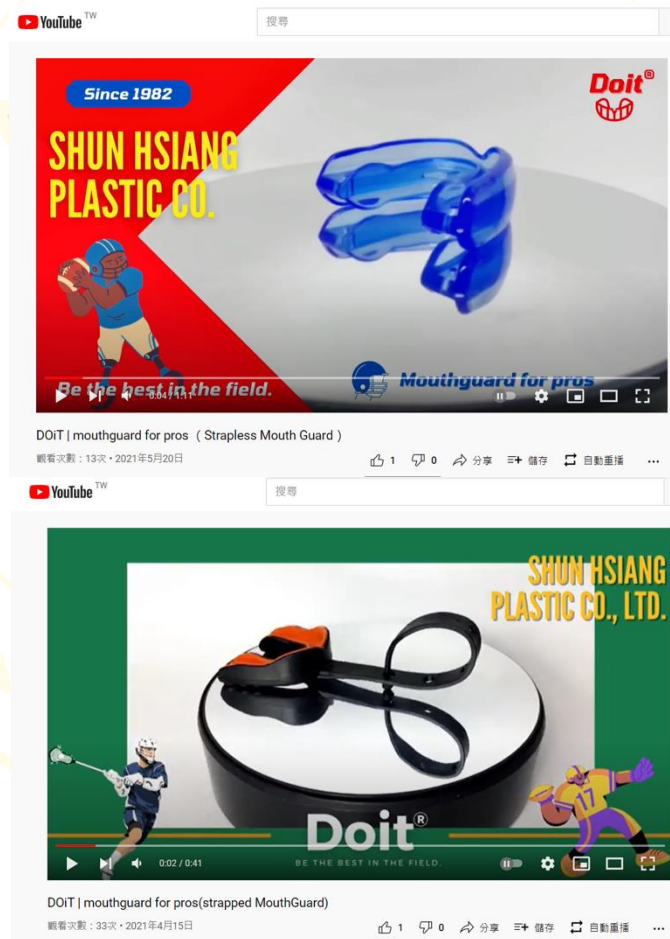


圖 4- 30 Youtube 影片

三、Youtube 社群行銷成效

所以我們創建一個 Youtube 頻道，上了 2 支產品的影片。圖 4-31 所示，雖然觸及率沒有很好，但發現還是有一點受眾會來看。曝光次數為 150 次，曝光點閱率為 4.0%，觀看次數為 7 人，非重複觀眾人數為 5 人。

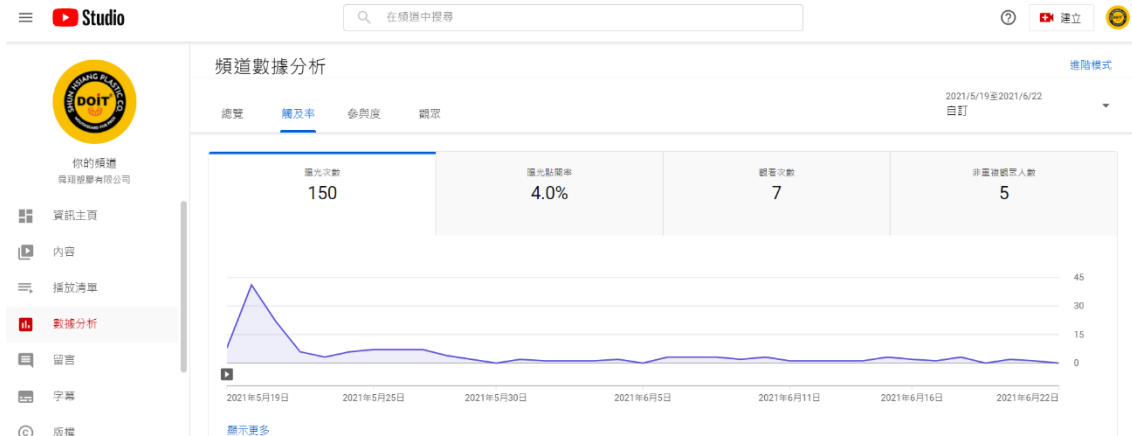


圖 4-31 頻道數據分析

圖 4-32 所示，流量來源發現，頻道頁面 57.1%，Youtube 搜尋 28.6%，其他 Youtube 功能 14.3%。如圖 4-33 所示，有人是用搜尋時，打 braces 和 mouth guard 來尋找，並且一搜尋就會找到頻道的影片，並點進來觀看，代表我們影片的影片標題裡的關鍵字是可以讓人一搜尋就找到了。而頻道頁面的比率還是較高代表也有些許的人知道我們的頻道。



圖 4-32 流量來源類型

流量來源 > YouTube 搜尋	觀看次數 ↓	平均觀看時長	平均觀看比例	觀看時間 (小時)
<input type="checkbox"/> 總計	2	0:10	14.3%	0.0
<input type="checkbox"/> braces	1 50%	0:06	9.3%	0.0 32.5%
<input type="checkbox"/> mouth guard	1 50%	0:13	19.3%	0.0 67.5%

圖 4-33 流量來源

第四節 流量與曝光率成效比較

台灣經貿網運用電商行銷手法，協助會員規劃適合的產品關鍵字、產品照片放置及撰寫產品說明等，讓商品大幅提升商機詢問精準度，如圖 4-34 所示，提供動態儀表板的功能，讓商品能透過「流量分析」、「買主行為」、「產業分析」和「營運總覽」等數據，更瞭解各類商機變化趨勢，有效佈局行銷資源，吸引買主目光，讓客戶能更快速找到商品，成功開發商機，吸引國外買主到企業官網瀏覽的最大好處是掌握「網站訪客的瀏覽與數位行為」，包含點擊(click)、搜尋(search)、表單(form)等行為都會留下數位足跡，也可以透過「流量分析」了解近期流量高的產品型錄，分別是哪些國家的買主觀看次數最多，以及透過什麼管道(Google 搜尋引擎、社群媒體、cpc 關鍵字等)，用來針對不同國家的買主規劃產品行銷方案。



圖 4-34 資訊儀表板

如圖 4-35 至圖 4-37 所示，從 4 月初開始經營此平台，一開始的流量與曝光率不是很好，上架 10 支商品並優化網站以及下關鍵字，並建立 FB 粉絲專頁及 Youtube 頻道宣傳推廣，到中間後慢慢有起色。

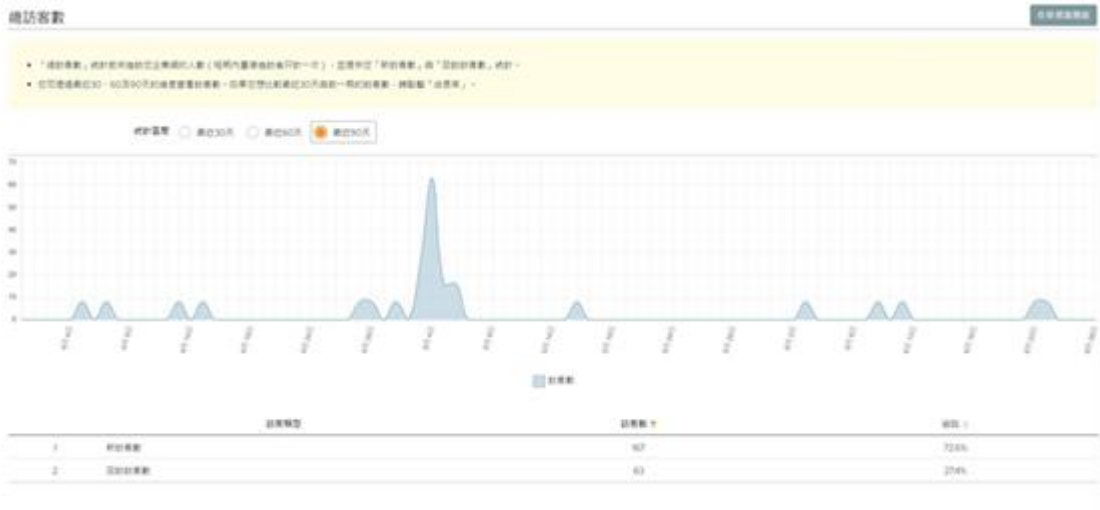


圖 4-35 總訪客數

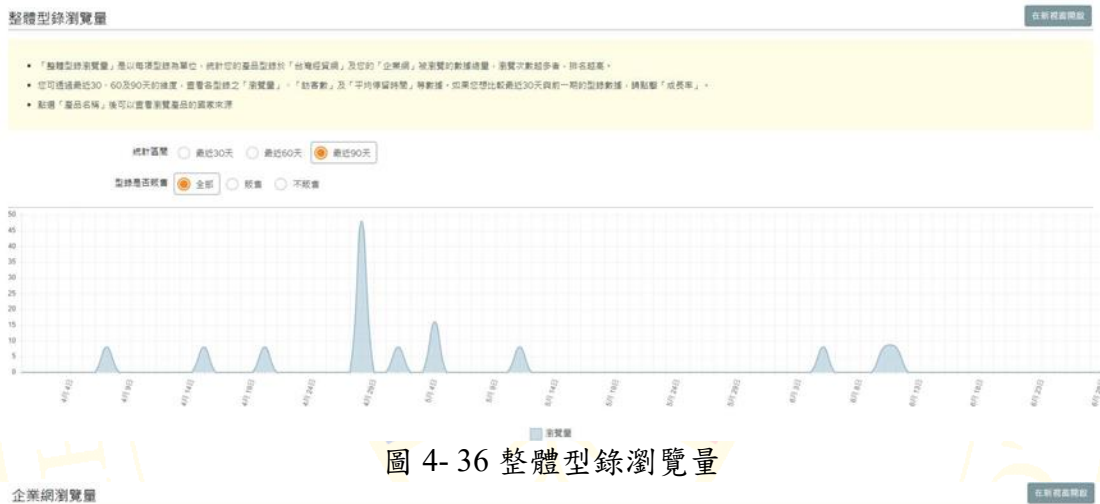


圖 4-36 整體型錄瀏覽量



圖 4-37 企業網瀏覽量

圖 4-38 所示，大部分的國家瀏覽量還是以台灣居多，再來就是歐洲那邊的國家，代表我們的產品，對於那邊的國家需求較大，也代表我們的產品還是有被國外所看見。

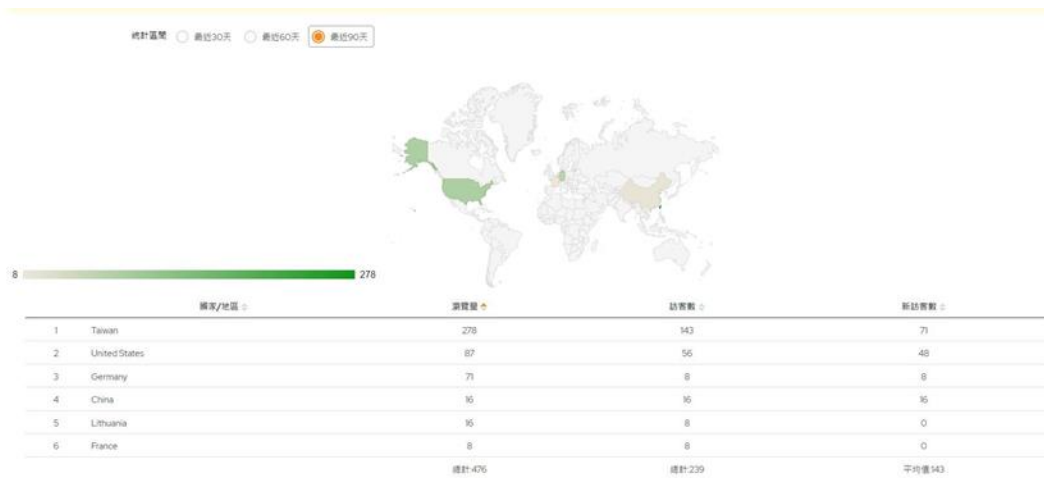


圖 4-38 國家分佈

第五節 產品內容優化策略

我們利用搜尋引擎最佳化 (Search Engine Optimization, SEO)，是一種透過了解搜尋引擎的運作規則及使用者的搜尋習慣來調整網站，來提高目的網站在有關搜尋引擎內排名的方式，創造更多自然流量引入網站本身來刺激更多轉換的過程，SEO 就是一種行銷方法，目的就是讓我們得到更多的關注、更好的曝光機會，只要運用得當，SEO 可以讓你在不同平台及網站中都能脫穎而出。使用 Google 搜尋時，搜尋結果會根據我們搜尋字詞的「關聯性」、「與使用者的距離」以及「商店名氣」，盡可能地顯示用戶可能比較想要前往的商家，與商家關聯性越大，曝光機會越高。利用 Google Trends 可以了解搜尋熱度的趨勢變化、各區域的搜尋偏好及相關的主題搜尋，透過關鍵字的數據去尋找出熱門的話題是什麼，有沒有辦法滿足使用者在搜尋這個關鍵字時所抱有的期待，要對你的目標客戶有深度的瞭解，知道他們想了解什麼，好的關鍵字能帶來更多流量，也能讓使用者對你的網站產生信賴感，如果使用者進入你的網站發現不是真正需要的資訊而快速地離開，這種負面的互動行為會對你的網站產生影響。

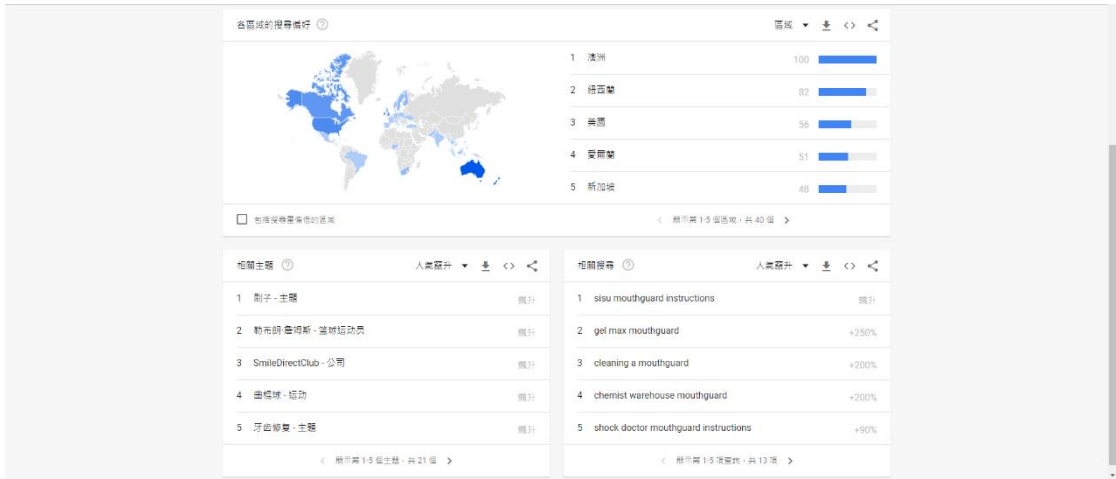


圖 4-40 利用 Good Trends1

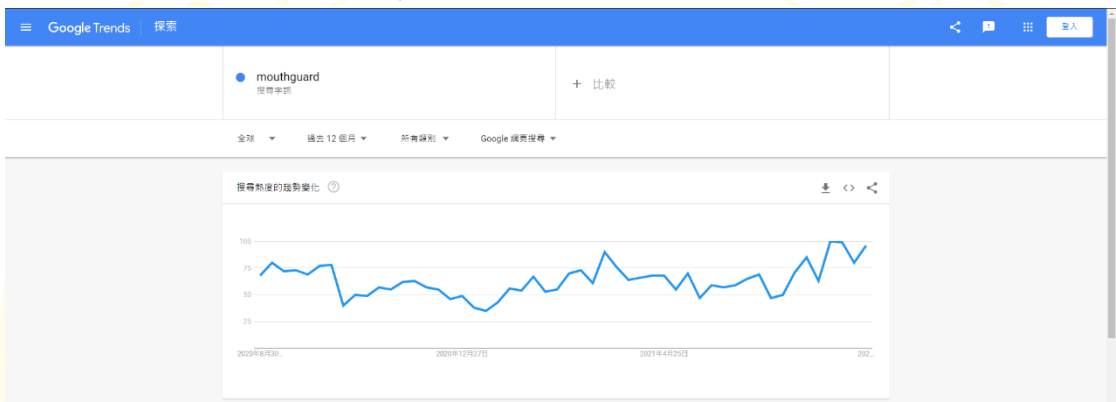


圖 4-39 利用 Good Trends2

如圖 4-41 所示，關於企業基本資料需要清晰、完整，優化過後分數為 90 分，要讓人容易搜尋到。如圖 4-42 所示，並把平台主頁重新優化，讓消費者一進來就清楚明瞭。

關於我們 協助買主了解貴公司，EP 會員專屬

完成度% 優化分數 有效認證數
89% 90分 0

公司主要產業比較同業平均值
0% 0分 0

1457/2000

About Us 簡介文獻
Shun Hsiang Plastic Co., Ltd. was established in 1982. We are a leading manufacturer of Mouthguards in Taiwan. For many years, we have been focusing on the design and manufacture of sports protective braces, such as Football, Boxing, MMA, etc., We base our manufacturing on ODM and OEM and gradually develop our own brands. In recent years, we have established our own brand DOIT, with our own tools and design team, which can provide services such as single-color molding, two-color molding, three-color molding, and embedded injection molding. No matter what you are a professional athlete or a recreational person, choosing DOIT products will give you the best service and safety for your sport time.

About Us 多媒體
網址-1 請輸入360°產品、720°實景、3D模型、虛擬展間等多媒體連結。
網址-2 請輸入360°產品、720°實景、3D模型、虛擬展間等多媒體連結。
網址-3 請輸入360°產品、720°實景、3D模型、虛擬展間等多媒體連結。
網址-4 請輸入360°產品、720°實景、3D模型、虛擬展間等多媒體連結。
網址-5 請輸入360°產品、720°實景、3D模型、虛擬展間等多媒體連結。

About Us 影音
影音網址-1 請輸入Youtube影音連結
影音網址-2 請輸入Youtube影音連結
影音網址-3 請輸入Youtube影音連結

About Us 圖片
1 2 3
上傳圖片 上傳圖片
從圖庫挑選 從圖庫挑選

圖 4-41 企業基本資料

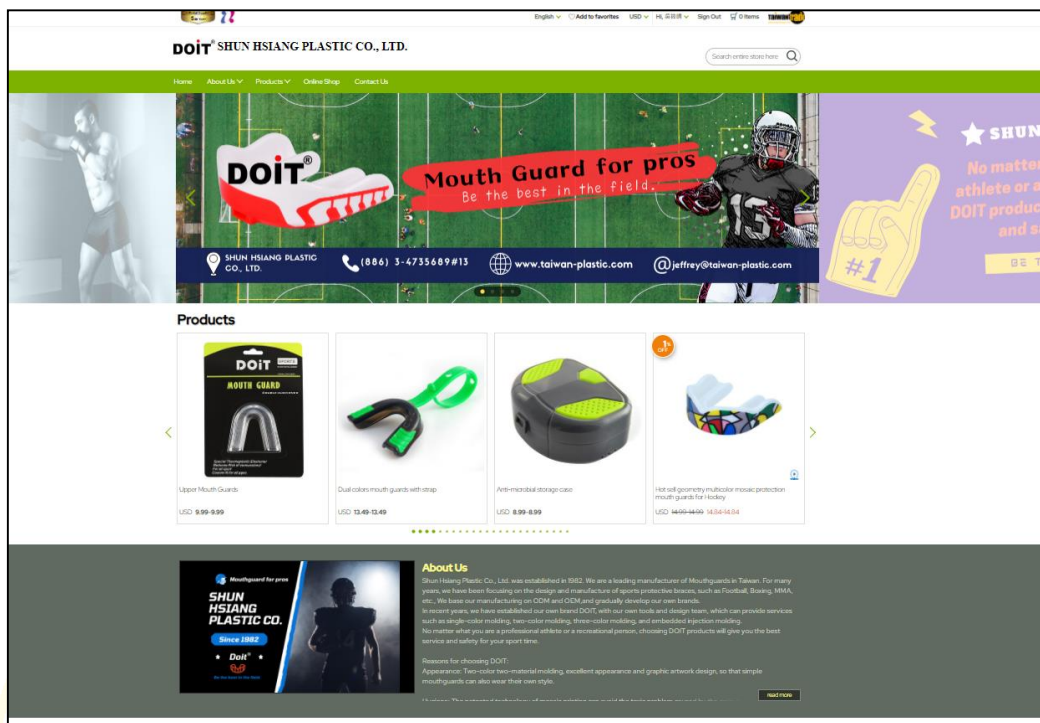


圖 4-42 平台首頁畫面

以及撰寫的文案夠不夠清楚，而不是有內容就好，將 SEO 關鍵字應用在標題、內容描述等等，將廠商過去曾發佈過的內容，在不同的時間點再次發佈卻會觸及到不一樣的人，每次的發佈都會吸引新的曝光機會，可以直接將舊的內容做更新數據、圖片、內容補充、語句修飾、SEO 關鍵字的新增，或是補充其他資料在原先的內容上，花很少的時間，就可以有好的曝光效果，被點擊的機會就會提升。如圖 4-43 所示，現在只要搜尋「mouth guard」，廠商的產品都會在第一個出現。

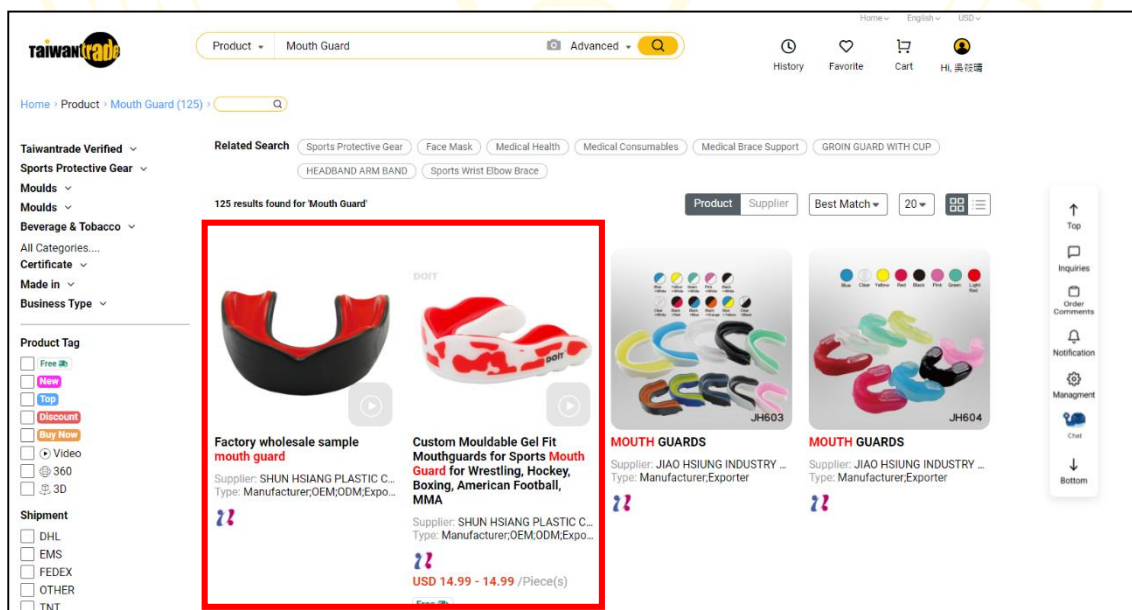


圖 4-43 搜尋商品畫面

如圖 4-44 所示，在產品內容加上 Youtube 影片，當品牌常常在社群媒體中出現，網路聲量很好時，這可以對站外優化產生影響，因為網站被分享的數量越多，自然有更大機會被引用或轉載，有利於增加外部反向連結的數量，也能使網站獲得更多推薦流量，當越多人提到企業或品牌，在網路上的排名也就會跟著上升，而搜尋引擎也會認定這個品牌是受觀眾喜歡的在搜尋結果頁中也會有更高的排名。

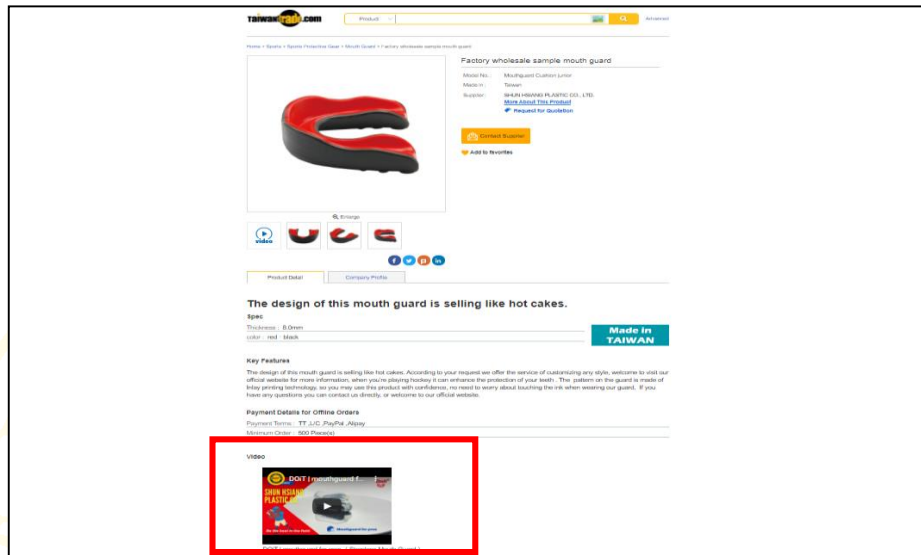


圖 4-44 商品畫面

第五章 結論與建議

藉由這次與廠商媒合後更進一步的了解電子商務交易平台運作的方法及規則，以前對於電商的認知就是藉由網路來做買賣，之後才了解到要將產品曝光在客戶眼前並不是件容易的事情，像是如何在眾多同性質的產品中透過關鍵字的編排讓自己的產品更容易被消費者看見及購買，廣告要怎麼投放才能達到效果，及各種行銷手法，其實並沒有想像中的簡單。

隨著網路時代的來臨，企業與企業、企業與消費者之間，都因網路科技而產生前所未有的變化，企業可將產品、服務及廣告等訊息，存放在企業所建置的網站上，透過網際網路提供給消費者，消費者可以由企業所建置的網站伺服器獲得所需的資訊，並且也能直接在企業的網站上訂購商品或是直接聯繫，即是企業透過電腦網路來從事商業活動，而它的對象與範圍則無遠弗屆，包含了企業內部、企業間以及廣大的消費者，在經濟全球化的發展下，也讓世界各國之間的貿易往來越來越頻繁，跨境電商不僅衝破了國家間的障礙，使國際貿易走向無國界貿易，同時它也正在引起世界經濟貿易的巨大變革，擴大進入國際市場的路徑，促進了資源的優化配置與企業間的互利共贏，對於消費者來說，跨境電商使他們非常容易地獲取其他國家的信息並買到物美價廉的商品。

電子商務行銷的興起，與科技、生活、文化有很大的關係，電子商務甚至影響到我們生活的各個層面，進而改變了現代的許多消費模式，影響了大部分人的生活，而電商比起傳統交易方式更快速、更容易，甚至可以輕易的連結跨國界的買方與賣方，並在逐漸蓬勃發展當中，也使許多企業、創業者紛紛投入電商的

領域，形成越來越競爭的市場。

透過這次的媒合也讓我們學會團隊合作的重要性、如何整理公司資料、怎麼提高公司知名度、怎麼將產品曝光等等，在過程中，我們遇到了種種難題，特別是在經營粉絲頁時，學會如何與官方及公司解決問題，與廠商媒合也是最能夠讓我們了解有沒有真正的學習到東西，與課堂上的學習成效有所不同，增加實戰經驗對於未來職場上也有所幫助。

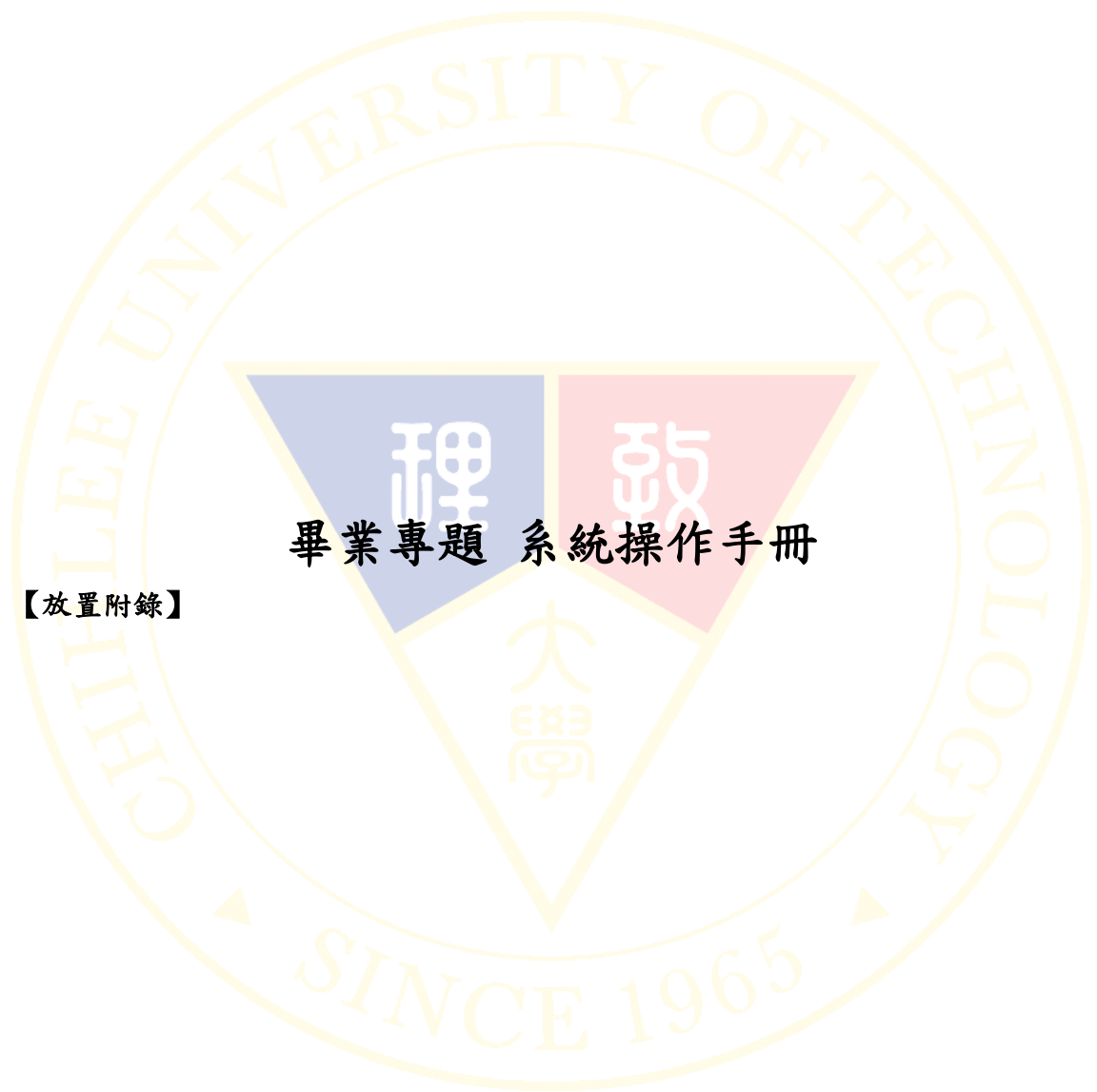


參考文獻

一、 網頁資訊

1. 點譜數位-跨境電商是什麼？跨足國際前先讀懂五大注意事項！發佈於 2021/02/22 取自：<https://blog.withdipp.com/zh-tw/5-tips-to-become-a-cross-border-ecommerce-platform>
2. MBA 智庫百科-跨境電子商務，取自：<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/跨境電子商務>
3. 台灣經貿網-關於本站台灣經貿網服務與功能，取自：https://info.taiwantrade.com/index/about_us
4. 台灣經貿網-6 大特色服務報你知，取自：<https://info.taiwantrade.com/index/tradeinfo>
5. 電商如何利用 SoLoMo 突破重圍？，取自：<https://www.stockfeel.com.tw/?p=3821>
6. 電子商務時報-SoLoMo 了沒 行銷力大躍取自：<https://www.ectimes.org.tw/?p=30909>
7. Ranking-什麼是精準行銷？以數據驅動精準客群，升級行銷效益！取自：<https://ranking.works/%E7%B6%B2%E7%AB%99%E8%A1%8C%E9%8A%B7%E6%94%BB%E7%95%A5/%E7%B2%BE%E6%BA%96%E8%A1%8C%E9%8A%B7>
8. 維基百科-搜尋引擎最佳化，取自：<https://zh.m.wikipedia.org/wiki/%E6%90%9C%E5%B0%8B%E5%BC%95%E6%93%8E%E6%9C%80%E4%BD%B3%E5%8C%96>
9. Learning Hub-SEO 優化策略 | 內容行銷、關鍵字，發佈於 2021/08/02，取自：<https://www.hububble.co/blog/beginners-guide-to-seo>
10. 台灣經貿網-【電子商務行銷秘笈】善用台灣經貿網數據服務驅動營運成長，取自：<https://info.taiwantrade.com/biznews/電子商務行銷秘笈-善用台灣經貿網數據服務驅動營運成長-1739040.html>
11. 大大學院-YouTube 加入聊天新功能，改變社群行銷策略的 4 個建議，取自：[YouTube 加入聊天新功能，改變社群行銷策略的 4 個建議 | 大大學院 職場趨勢新觀點 \(smartm.com.tw\)](https://www.smartm.com.tw)
12. 數位公關知識庫-如何提升品牌知名度？跳脫傳統媒體、善用線上渠道！取自：[如何提升品牌知名度？跳脫傳統媒體、善用線上渠道！ - Digital PR](https://www.digitalpr.com.tw)
13. 如何增加點擊率？| 5 大要訣實現高點擊率不是夢！取自：[如何增加點擊率？| 5 大要訣實現高點擊率不是夢！ \(i-web.com.tw\)](https://www.i-web.com.tw)
14. 品牌通-【社群行銷】投廣告又怕亂燒錢？臉書廣告無效的 5 個主要原因!! 取自：[【社群行銷】投廣告又怕亂燒錢？臉書廣告無效的 5 個主要原因!! | 品牌通 \(branding-now.com\)](https://www.branding-now.com)





畢業專題 系統操作手冊

【放置附錄】

【專題執行計畫表】

組名	請不要插隊		
組員	班級	學號	姓名
	資三 B	10710219	黃世愷
	資三 B	10710224	陳雅淳
	資三 B	10710226	張喬茵
	資三 C	10710307	遊佩璇
	資三 C	10710308	吳筱晴
	資三 C	10710313	吳 萱
	資三 C	10710316	陳逸如
選定合作單位	名稱	舜翔塑膠有限公司	
	負責人	林志儒	聯絡人 林志儒
	電話	03-4735689	電話 03-4735689
	地址	桃園市觀音鄉中山路 1 段 1171 巷 16 弄 25 號	
	業務描述	舜翔塑膠有限公司成立於 1982 年，為一從事各類塑膠製品之專業製造廠，對各項生產作業均有嚴密之品質管制方式。公司藉此推動 ISO9001 國際品保標準認證，建置一層級化、標準化之品質管理系統，透過規劃、執行、考核與改善行動的循環來提昇本公司經營管理的能力，提供美好的環境與服務，以滿足顧客的需求。	
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例		
專題資訊系統功能描述	本專題利用台灣經貿網這個 B2B 電子商務平台，在上面上架產品、調整關鍵字，再利用 Facebook、Youtube 等社群平台刊登產品資訊，增加產品的曝光率與觸及率。		
指導老師簽名	蘇啟鴻	日期	110 年 08 月 17 日
備註			

【專題工作分配表】

組名	請不要插隊			填寫人	游佩璇			
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例			填寫日期	110年8月18日			
工作項目	工作人員	游佩璇	吳筱晴	吳萱	陳逸如	張喬茵	黃世楷	陳雅淳
拍攝產品				✓				
美編					✓			
產品文案發想						✓		✓
關鍵字搜尋	✓	✓					✓	
產品上架				✓	✓			
FB文案發想	✓	✓	✓			✓	✓	✓
FB圖文製作					✓			
FB投放廣告					✓			
資料蒐集	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
會議紀錄						✓		
計劃書整合	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
平台內容統整	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓

【GANTT 圖】

組名	請不要插隊			填寫人	陳逸如								
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例			填寫日期	110 年 08 月 30 日								
任務名稱	開始日期	天數	完成日期	2月	3月	4月	5月	6月	7月	8月	9月		
了解台灣經貿網平台後台	2021/2/18	7	2021/2/24	■									
了解產品與所屬產業	2021/2/25	10	2021/3/6	■									
參加台灣經貿網跨境電商平台比賽	2021/3/8	104	2021/6/19	■									
認識媒合廠商公司背景及產品認識	2021/3/22	5	2021/3/26	■									
與廠商見面溝通產品功能及細節	2021/3/29	1	2021/3/29	■									
找尋產品關鍵字、產品文案發想	2021/3/29	3	2021/3/31	■									
上架 10 支商品	2021/4/1	16	2021/4/16	■									
優化商品文案及更新關鍵字	2021/4/17	28	2021/5/14	■									
FB 文案發想及製圖	2021/5/16	11	2021/5/26	■									
FB 發文及投放廣告	2021/5/27	20	2021/6/15	■									
蒐集專題文獻資料	2021/6/29	32	2021/7/30	■									
製作專題報告書及 PPT	2021/7/8	54	2021/8/30	■									
專題報告書修改	2021/8/31	31	2021/9/30	■									

【開發工具清單】

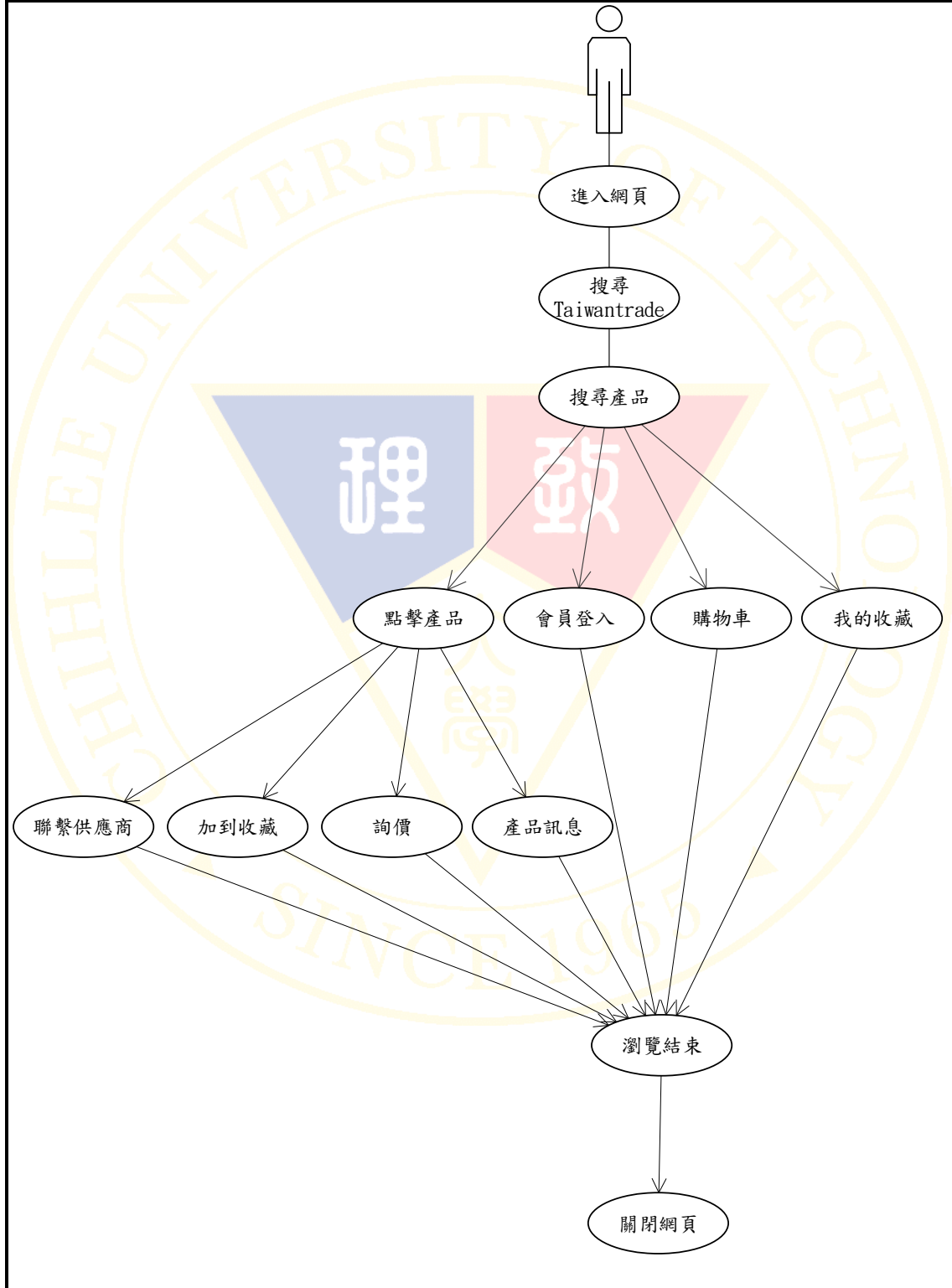
組名	請不要插隊	填寫人	陳逸如
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例	填寫日期	110年08月15日
名稱	功能		
Google Trends	掌握時事、話題關鍵字，找出對應時間內關鍵字的搜尋趨勢，便能及時了解目前市場上的熱門搜尋詞有哪些。		
Ubersuggest	提供不限次數且免費的關鍵字搜尋量查詢，查詢結果結合了搜尋趨勢與相關字建議，系統也會根據競爭者分析告知字詞的操作難度與付費廣告難度。		
Google Analytics	是 Google 公司提供的數據分析工具，可用來分析網站或 APP 的數據狀況。		
PhotoShop	修圖軟體。		
Canva	可用於建立社群媒體圖形、簡報、海報、文件和其他視覺內容的平面設計平台，提供設計模板予使用者使用。		
台灣經貿網平台	產品上架		
InShot	是個兼具照片與視頻製作的影音編輯軟體。		
Facebook	透過 FB 粉絲專頁為電商網站帶來更大的流量或是銷售。		

【需求訪談計畫表】

組名	請不要插隊	填寫人	游佩璇
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例	填寫日期	110年8月18日
訪問時間	訪問內容		
2021/3/27	1.目標客群 2.上架商品總數量 3.影片及商品素材來源 4.生產方式 5.是否接受客製化 6.下單最低訂購量 7.公司地址		
2021/3/29	1.商品該如何使用 2.商品如何生產 3.商品的詳細規格		

【使用個案圖】

組名	請不要插隊	填寫人	吳萱
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例	填寫日期	110年8月29日

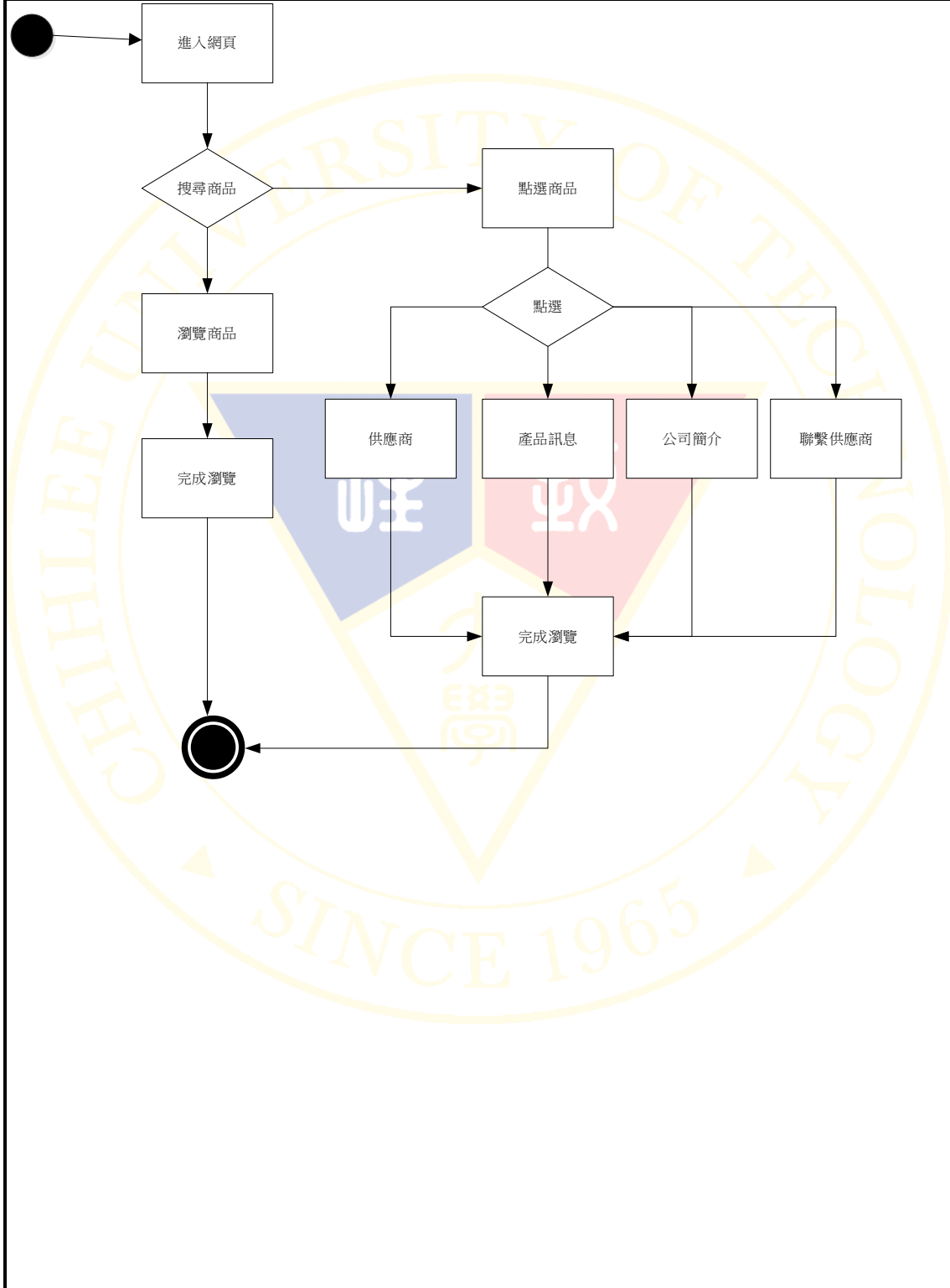


【資料詞彙】

組名	請不要插隊	填寫人	吳萱
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例	填寫日期	110年8月29日
<p>1. 營運儀表板：賣家可以在這裡看到許多關於自己企業網的數據，包含：流量分析、買主行為、產業分析、銷售分析、報價分析以及虛擬展間，可以讓賣家跟了解自己的企業網。</p> <p>2. Key Features：賣家可以將商品的介紹打在這裡，讓買家知道這個產品的細節、特點及注意事項，要成功推銷自己的產品這裡的內容就非常重要。</p> <p>3. 流量分析：在這裡可以看到主要瀏覽買賣旺的買主是來自哪些國家，訪客數有多少人，整體型錄有多少人瀏覽，讓賣家更知道自己的客源都來自哪，能針對自己的目標去做改善。</p> <p>4. 買主熱搜詞：包含買主於「台灣經貿網」用關鍵字搜尋，點選搜尋結果後進入您的企業網之關鍵字，以及買主在您的「企業網」搜尋的關鍵字。</p> <p>5. 銷售分析：依所選時間區間，顯示「訂單數量、價格、熱門商品、買主國家排行」等訂單資訊(不含報價單)，詳細訂單明細請至「銷貨管理」查詢。</p> <p>6. 報價分析：依所選時間區間，顯示發送出的「報價單數量、報價單成交金額」等資訊，詳細訂單明細請至「銷貨管理」查詢。</p> <p>7. Favorite：消費者可以將自己看過喜歡的商品加到收藏，這樣之後想找的時候就可以直接從這個清單裡找。</p> <p>8. Advanced：消費者可以在這裡開出自己想要搜尋的條件，以利於更精準找到適合的產品，可以挑選希望的運送方式，或是產業別等……。</p> <p>9. Customized Sourcing Services：消費者在這填寫貿易查詢表，可以把自己想要的產品填寫在表單裡，用文字描述或是照片上傳都可以，網站將通過電子郵件將推薦供應商列表發送給您。</p> <p>10. T-bo chat：是台灣經貿網的客服平台，消費這在網站使用上有任何問題都可以傳訊息給他。</p>			

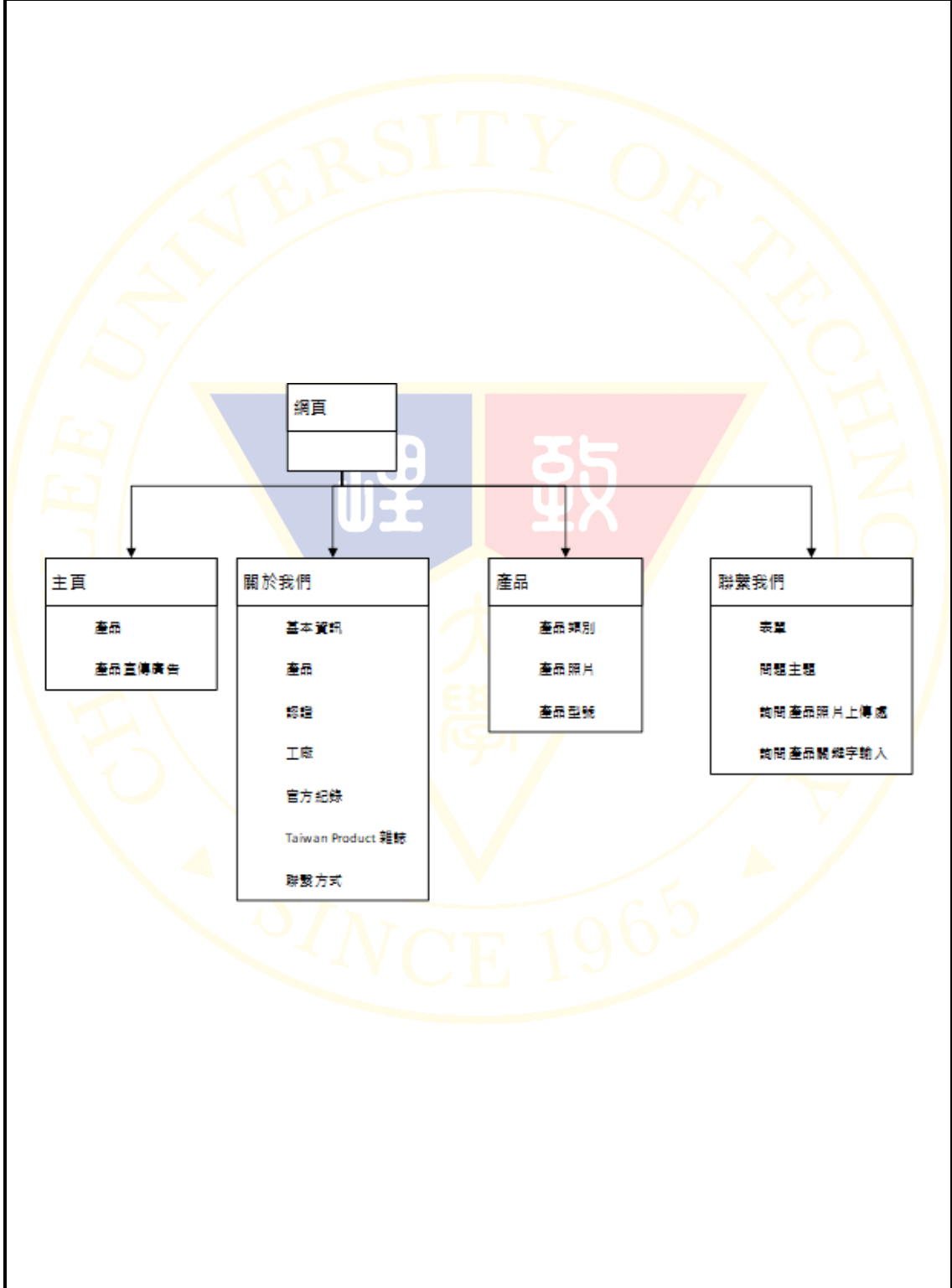
【活動圖】

組名	請不要插隊	填寫人	吳萱
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例	填寫日期	110年8月29日



【類別圖】

組名	請不要插隊	填寫人	黃世愷
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例	填寫日期	110年08月17日



【使用者操作手冊】

組名	請不要插隊	填寫人	陳雅淳
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例	填寫日期	110年08月04日
畫面編號	01	畫面名稱	首頁
系統畫面			
操作說明	<ol style="list-style-type: none"> 1. 紅圈那是搜尋欄，可以輸入商品名稱搜尋 2. 也可以用圖片以圖搜圖 		

【使用者操作手冊】

組名	請不要插隊	填寫人	陳雅淳
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例	填寫日期	110年08月04日
畫面編號	02	畫面名稱	商品頁面
系統畫面			
操作說明	<p>左邊可以篩選，右邊是顯示出的商品，可以選擇自己要的款式</p>		

【使用者操作手冊】

組名	請不要插隊	填寫人	陳雅淳
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例	填寫日期	110年08月04日
畫面編號	03	畫面名稱	選擇的商品
系統畫面			
	操作說明	<p>點進選中的商品，觀看其詳細資訊</p>	

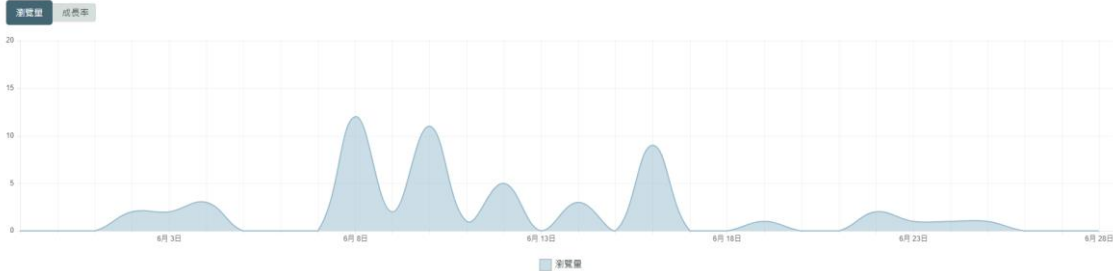
【專案結案報告】

組名	請不要插隊	填寫人	陳雅淳
專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例	填寫日期	110年08月04日

企業網瀏覽量 重新刷新圖表

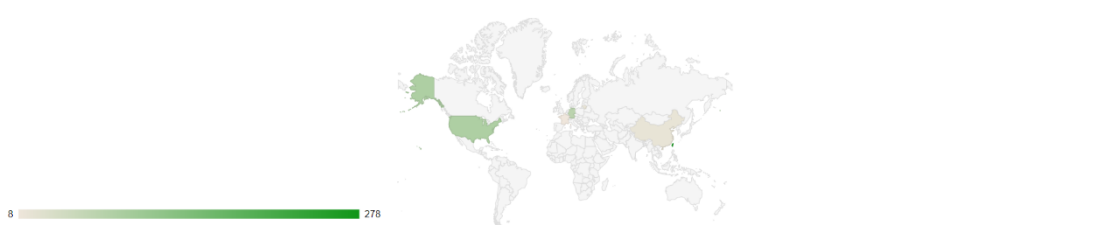
- 「企業網瀏覽量」指的是以每網頁為單位，統計您企業網的所有網頁瀏覽量。
- 本報表除了可讓您看出整體企業網瀏覽量，還可看出熱門網頁之瀏覽量、訪客數及平均停留時間。
- 您可透過最近30、60及90天的維度，查看該日期範圍內所有瀏覽量。如果您想比較最近30天與前一期的瀏覽量，請點擊「成長率」。

統計區間 最近30天 最近60天 最近90天



網頁	瀏覽量	訪客數	平均停留時間(秒)
1 mouthguards.entaiwantrade.com/	9	7	60
2 mouthguards.twtaiwantrade.com/	5	5	0
3 mouthguards.entaiwantrade.com/?fbclid=IwAR10XdcnOOdu5nHOS9Pzv62t1NymuNbJtSkc56Qswu8fuf5e7JqevCA	2	2	0
4 mouthguards.entaiwantrade.com/?fbclid=IwAR2wZ3Zec8p60XGvsk55wVhqcOmPhqZQcAJJsfKkt_hEFdLL2_2g	2	2	0
5 mouthguards.entaiwantrade.com/?fbclid=IwAR3z9aRECaLXqj7TjMzpfVbfJ4T8wminBwwiucS4YbFGAxtROLSbO-Rg	2	2	0
6 mouthguards.entaiwantrade.com/product-catalog/sports-protective-gear-560544.html	2	2	662
7 mouthguards.entaiwantrade.com/product/new-arrival-dual-density-innovation-two-color-mouth-guards-for-basketball-23k627.html	2	2	29
8 mouthguards.twtaiwantrade.com/about-us	2	2	0
	總計:28	總計:23	平均:162

統計區間 最近30天 最近60天 最近90天



國家/地區	瀏覽量	訪客數	新訪客數
1 Taiwan	278	143	71
2 United States	87	56	48
3 Germany	71	8	8
4 China	16	16	16
5 Lithuania	16	8	0
6 France	8	8	0
	總計:476	總計:239	平均:143

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例					
會議編號	01	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	
討論主題	了解台灣經貿網平台使用並討論參賽項目			會議時間	110年3月23日 13:30	
				會議地點	圖書館6樓創客基地	
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	
	參加台灣經貿網-跨境電子商務比賽		1.回去針對比賽內容進行了解、並了解廠商的產品 2.參加週六的培訓課程		全體	
本次會議內容	參加台灣經貿網比賽-跨境電子商務比賽，並詢問組員是否參加這週六的培訓課程，並與組員確認配到的廠商是哪一家，一同了解該廠商的廠品，並向廠商聯繫約見面討論該如何幫助廠商上架商品。					
決議事項（與主席裁示）						
因疫情的關係最後決定由3位代表參與本週六的培訓課程，其他組員利用線上直播觀看培訓課程，並與廠商約在下禮拜一的下午2點學校的圖書館6樓創客基地見面討論。						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名
下次會議	召集人	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	時間	110年3月29日 13:00
					地點	圖書館6樓創客基地
預定討論主題	與廠商見面及討論比賽詳細規畫					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例					
會議編號	02	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	
討論主題	與廠商見面及討論比賽詳細規畫			會議時間	110年3月29日 13:00	
				會議地點	圖書館6樓創客基地	
上次會議	決議事項			執行狀況		
	1.培訓課程參加代表 2.與廠商見面時間確定			1.最後決議由3位代表前往參與 2.與廠商決定3月29日下午2點見面		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	1.與廠商見面討論 2.分配拍攝、製圖、文案等工作		完成各自分配到的項目		全體	
本次會議內容	對於商品不了解的地方向廠商提出疑問，並了解其材質及用法。與廠商討論商品主要目標市場以及後續發展，並請廠商開權限增設後台管理人員使我們可以在架商品以及觀看後台數據。					
決議事項（與主席裁示）						
了解到廠商的產品以及競爭對手的品牌，使我們更加了解要如何撰寫好的文案以及關鍵字如何才能夠吸引消費者。並且廠商希望我們制訂工作進度表以及工作人員分配狀況給他看。						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名
下次會議	召集人	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	時間	110年4月12日 13:00
					地點	圖書館6樓創客基地
預定討論主題	商品上架與規劃					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例					
會議編號	03	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	
討論主題	商品上架與規劃			會議時間	110年4月12日 13:00	
				會議地點	圖書館6樓創客基地	
上次會議	決議事項			執行狀況		
	廠商希望我們制訂工作進度表及工作人員分配狀況給他看。			當天結束後立馬在群組討論並分配好回傳給廠商。		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	文案撰寫好後，開始上架商品至台灣經貿網平台、廠商寄新產品讓我們拍攝。		與廠商確認商品文案是否可行，如果可以就可以開始陸續上架商品		全體	
本次會議內容	確認之前分配的文案都寫好了，廠商也修改好後，先讓每位組員了解後台要如何操作後開始上架商品。並請一位組員替新產品拍攝、拍攝完後開始修圖、並請另外一位組員撰寫文案。					
決議事項（與主席裁示）						
各組員在操作過程中如有遇到問題，可以到 line 群組討論						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名
下次會議	召集人	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	時間	110年4月19日 13:00
					地點	圖書館5樓501教室
預定討論主題	優化上架的商品增加流量					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例				
會議編號	04	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳
討論主題	優化上架的商品增加流量			會議時間	110年4月19日 13:00
				會議地點	圖書館5樓501教室
上次會議	決議事項		執行狀況		
	各組員在操作過程中如有遇到問題，可以到line群組討論		組員很積極的會在群組詢問問題或是私底下詢問組長。		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	優化已上架的商品增加企業網瀏覽量。		由2位組員(吳萱、陳逸如)負責優化已上架的商品，其餘組員給予資料上的支援。		全體
本次會議內容	觀看台灣經貿網後台數據流量是否有成長，並查看有哪些商品沒有被Google收錄到，若沒有就要優化該產品並重新新增產品型錄。				
決議事項 (與主席裁示)					
與廠商詢問是否有 Facebook 粉絲專頁讓我們能夠幫他們經營。					
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名
下次會議	召集人	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	時間 110年4月26日 13:00 地點 圖書館5樓501教室
預定討論主題	討論 facebook 經營				
指導老師意見					

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例					
會議編號	05	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	
討論主題	討論 facebook 經營			會議時間	110年4月26日 13:00	
				會議地點	圖書館5樓501教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	廠商是否有 Facebook 粉絲專頁		廠商並無粉絲專頁，並請廠商創建。			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	Facebook 粉絲專頁要如何經營，並決定由誰負責管理、誰負責寫文案、誰負責製圖製片。		分配各自的工作內容		全體	
本次會議內容	比賽即將進入到第二階段的 Facebook 粉絲專頁投放廣告，所以我們要提前先把粉絲專頁創建起來並想如何經營及發想文案，之後才可以迅速展開廣告的投放。					
決議事項 (與主席裁示)						
粉絲專頁將由誰負責管理、文案誰負責想、製圖製片誰負責。						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	時間	110年5月3日 13:00
					地點	圖書館5樓501教室
預定討論主題	Facebook 粉絲專頁貼文如何投放廣告及發佈貼文					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例				
會議編號	06	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳
討論主題	Facebook 粉絲專頁貼文如何投放廣告及發佈貼文			會議時間	110年5月3日 13:00
				會議地點	圖書館5樓501教室
上次會議	決議事項		執行狀況		
	粉絲專頁將由誰負責管理、文案誰負責想、製圖製片誰負責。		都分配妥當並執行分配到的工作。		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	Facebook 粉絲專頁要如何投放廣告，觀看台灣經貿網所提供的教學。給廠商看要發的文案並開始每週更新3篇貼文。		1.了解 Facebook 廣告要如何投放 2.給廠商看文案並給予修改 3.每週需更新3篇貼文		全體
本次會議內容	比賽即將進入到第二階段的 Facebook 粉絲專頁投放廣告，所以我們要了解廣告要如何投放才能達到有效的成果，所以一同學習並且觀看教學影片。把打好的文案以及圖檔整理好後並傳給廠商確認，修改後就上傳到 Facebook 粉絲專頁上並執行每週更新3篇貼文。				
決議事項 (與主席裁示)					
與廠商討論廣告要投放多少					
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名
下次會議	召集人	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	時間 110年5月10日 13:00 地點 圖書館5樓501教室
預定討論主題	Facebook 粉絲專頁貼文開始投放廣告				
指導老師意見					

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例					
會議編號	07	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	
討論主題	Facebook 粉絲專頁貼文開始投放廣告			會議時間	110年5月10日 13:00	
				會議地點	圖書館5樓501教室	
上次會議	決議事項			執行狀況		
	與廠商討論廣告要投放多少			與廠商討論後決定少量投放先試試看		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	Facebook 廣告開始投放		組員先共同討論出結果後由負責管理粉絲專頁的人來設定廣告。		全體	
本次會議內容	比賽開始進入第二階段，主辦方提供廣告金讓我們可以投放廣告，所以我們要討論要以怎樣的形式來投放，並設定好，讓廣告在我們設定的期間內可以投放出去並達到好的效果。					
決議事項（與主席裁示）						
廣告投放的目的就是增加曝光度，使我們的產品越來越多人認識。						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名
下次會議	召集人	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	時間	110年5月24日 13:00
					地點	LINE 線上討論
預定討論主題	廣告投放成效					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例					
會議編號	08	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	
討論主題	廣告投放成效			會議時間	110年5月24日 13:00	
				會議地點	LINE 線上討論	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	廣告投放的目的就是增加曝光度，使我們的產品越來越多人認識。		投放情況還不錯。			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	廣告投放成效		廣告投放最後衝刺，繼續投放廣告。		全體	
本次會議內容	由於疫情爆發，學校實施遠距教學，導致我們無法實體討論，上週會議就先暫停，並於今天以線上的方式來做討論，我們觀看商務套件裡的廣告管理員看數據，廣告投放效果還不錯，繼續投放廣告讓我們的廣告金可以在比賽結束前使用完畢。					
決議事項（與主席裁示）						
由於疫情爆發的關係，所以大家比較辛苦一點，沒辦法實體討論，所以要任何問題一定要馬上提出，下週會議也先暫停，如有問題在群組提出大家一起討論。						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
下次會議	召集人	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	時間	110年6月7日 13:00
					地點	LINE 線上討論
預定討論主題	比賽衝刺最後階段開始做收尾					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例				
會議編號	09	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳
討論主題	比賽衝刺最後階段開始做收尾			會議時間	110年6月7日 13:00
				會議地點	LINE 線上討論
上次會議	決議事項		執行狀況		
	疫情爆發的關係，沒辦法實體討論，如有任何問題一定要馬上在群組提出。		大家有問題都會立馬提出很不錯。		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	觀看台灣經貿網平台流量及廣告投放最後投遞。		1.台灣經貿網平台的海外流量要達到300。 2.做最後的產品型錄優化 3.廣告最後投放		全體
本次會議內容	比賽即將進入尾聲，要加緊腳步，讓我們在海外流量可以達到300，並把我們的產品型錄做最後的優化，廣告投放看哪一個成效最好就在加投，達到最好的收益。				
決議事項（與主席裁示）					
比賽快結束了!大家撐住繼續加油努力!下禮拜端午節會議也暫停一次、再下一個禮拜因期末考週也暫停一次。					
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名
下次會議	召集人	陳逸如	紀錄者	陳雅淳	時間 110年6月29日 11:00 地點 Google meet 線上會議
預定討論主題	畢業專題製作說明及賽後討論				
指導老師意見					

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例				
會議編號	10	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳
討論主題	畢業專題製作說明及賽後討論			會議時間	110年6月29日 11:00
				會議地點	Google meet 線上會議
上次會議	決議事項		執行狀況		
	比賽快結束了!大家繼續加油!		大家執行狀況都不錯		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	畢業專題製作說明及賽後討論		了解畢業專題製作書要如何製作以及投票是否要再參加比賽還是寫3000字心得報告		全體
本次會議內容	比賽已經比完了，雖然我們沒有得名，但是我們還是通過了第一階段並且也拿到證書了，也幫廠商很多，所以沒關係，接下來要開始製作我們的專題報告書，請老師為我們講解要如何製作，並討論要不要再參加比賽然後得獎就不用寫3000字心得，或是現在就直接開始寫3000字心得。				
決議事項 (與主席裁示)					
群組開投票決定是否還要再繼續比賽或是直接寫3000字心得。					
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名
下次會議	召集人	陳逸如	紀錄者	陳雅淳、張喬茵	時間 110年7月8日11:00 地點 Google meet 線上會議
預定討論主題	專題內容討論並分配工作				
指導老師意見					

【會議記錄】

專題名稱	建置及優化跨境電商平台產品內容與關鍵字以提升曝光率--以舜翔公司為例					
會議編號	11	召集人兼主席	陳逸如	紀錄者	陳雅淳、張喬茵	
討論主題	專題內容討論並分配工作			會議時間	110年7月8日 11:00	
				會議地點	Google meet 線上會議	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	群組開投票決定是否還要再繼續比賽或是直接寫 3000 字心得。		投票結果是寫 3000 字心得			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	專題報告書內容討論並分配工作		分配各自的工作內容		全體	
本次會議內容	與組員們一起討論專題大綱並決定各章節是甚麼樣的主題和大概內容，決定好後並在晚上 11 點 30 分開記事本每個人選 3 個項目來寫，並希望能夠在暑假結束以前完成各自被分配到的項目。					
決議事項 (與主席裁示)						
晚上 11 點 30 分開記事本搶自己想撰寫的部分，並且日後有問題都可至 line 群組討論，並期望盡早完成。						
請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	請簽名	
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						

符號（公式）說明

Symbol	Meaning
Θ	Debye's constant or characteristic temperature
Ω	efficiency; number of molecules
Ψ	availability of a closed system
Δ	internal energy (change) of reaction
Φ	availability of a closed system
I	specific irreversibility
λ	critical state
M	Joule-Thomson coefficient
N	stoichiometric coefficient (number of moles in chemical equation)
ξ	cutoff ratio

