

致理科技大學

資訊管理系專題報告

台灣經貿網電商平台經營與優化提升海
外流量--以易廷公司為例

**E-commerce operation and optimization
of Taiwan Economic and Trade Network
to increase overseas traffic--Taking Yi
Ting Company as an example**

專題生：

(10710301) 李青祐
(10710318) 李明祐
(10710326) 陳信賢
(10710333) 王泓文
(10710336) 何承豫
(10710354) 蘇宏鈞
(10710370) 呂晨暉

指導教授：蘇啟鴻老師

中華民國 111 年 05 月

致理科技大學

資訊管理系

畢業專題

台灣經貿網電商平台經營優化提升海外流量－以易廷公司為例

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) 李青祐(10710301)、

李明祐(10710318)、陳信賢(10710326)、

王泓文(10710333)、何承豫(10710336)、

蘇宏鈞(10710354)、呂晨暉(10710370)

等君所提論文 台灣經貿網電商平台經營與優

化提升海外流量--以易廷公司為例 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

110 學年度第 1 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 111 年 7 月 1 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：台灣經貿網電商平台經營與優化提升海外流量--以易廷公司為例

頁數：總頁數 51

校系別：致理科技大學資訊管理系

完成時間：110 學年度第 1 學期

專題生：李青祐 李明祐 陳信賢 王泓文 何承豫 蘇宏鈞 呂晨暉

指導教授：蘇啟鴻 教授

關鍵詞：跨境電商、電子商務、B2B 行銷

近年來因為網路的發達，替代了許多傳統的行銷方式，國際行銷，跨境電商產業蓬勃發展，我們可以透過跨境電商行銷的方式，與阿里巴巴平台業者發展出更好的平台建置與行銷成果。而這次的專題我們與「易廷企業股份有限公司」進行廠商合作，希望透過不同的平台建置想法，電子商務的觀點，來共同討論商品的曝光度，讓廠商產品能被更多人看見。並且透過關鍵字查找、EDM 的寄送，SWOT 分析方式找出我們需要的策略，並建置有效的跨境電商平台，最終目的以提升商品曝光度為有效的商品行銷策略。

ABSTRACT

Thesis Title : E-commerce operation and optimization of Taiwan Economic and Trade Network to increase overseas traffic-Taking Yi-Ting Company as an example

Pages : 51

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : August, 2021

Degree : Master

Researcher : CHING-YU, LEE MING-YOU, LI HSIN-SHIEN, CHEN HONG-WEN, WANG CHENG-YU, HO HONG-JYUN, SU CHEN-WEI, LU

Advisor : CHI-HUNG, SU

Keywords : Cross-border e-commerce , E-commerce, B2B marketing

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 “Yi-ting 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

首先，感謝蘇啟鴻老師耐心且細心的指導，在我們面臨窘境時給予我們最適當的協助，提供許多資訊讓我們做參考，也教會了我們許多有關電子商務的概念和知識，讓我們知道如何去面對廠商、如何在平台內做代操、以及如何去行銷我們的產品，產品就像是我們自己，如何將自己的品牌推廣出去，將品牌打造知名度並且發揚光大是這其中學到最多的。

再來，謝謝跨境電商實戰營的主辦單位，讓我們能夠和這麼優秀的廠商談和，從一開始在通訊軟體上的聯絡，到後面實際去公司做參訪、和公司老闆們多對多的互動討論後續平台的建立，從產品的拍攝到文案，以及最後產品上架，這些都是我們所有人一同努力得到的成果，我們也從中成長了許多，得到相當寶貴的經驗。

最後，感謝專題的組員們，雖然這一路上相當的艱辛，但看到最後的成果，一切都值得，也在比賽中獲得了特優獎狀和獎杯，希望未來的道路上一起努力下去。

李青祐 李明祐 陳信賢 王泓文 何承豫 蘇宏鈞 呂晨暉 謹致
致理科技大學 資訊管理 學士班
中華民國 110 年 08 月

目錄

摘要	i
ABSTRACT	ii
誌謝	iii
目錄	iv
圖目錄	v
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	4
第一節 跨境電子商務概論	4
第二節 跨境電子商務平台介紹-台灣經貿網	5
第參章 研究內容與方法	6
第一節 研究架構	6
第二節 SWOT 分析	7
第三節 行銷架構	8
第肆章 實驗結果與設計	9
第一節 商品上架台灣經貿網平台	9
第二節 Google 商家分析	14
第三節 Youtube 行銷分析	14
第伍章 結論與建議	17
參考文獻	18

圖目錄

圖 3-1 研究架構圖.....	6
圖 3-2 SWOT 分析圖.....	7
圖 3-3 行銷架構圖.....	8
圖 4-1 工廠模擬圖.....	9
圖 4-2-1 易廷-主頁.....	10
圖 4-2-2 易廷-商品圖.....	10
圖 4-3 營運總覽.....	11
圖 4-4 營運儀表板.....	12
圖 4-5 客戶詢問.....	12
圖 4-6 型錄瀏覽量.....	12
圖 4-7 後台上架商品.....	13
圖 4-8 配送商機數.....	13
圖 4-9 影片曝光點閱率.....	14
圖 4-10 裝置及搜尋字統計圖.....	14
圖 4-11 頻道內容.....	15
圖 4-12 影片曝光次數.....	15
圖 4-13 影片曝光點閱率.....	16

第壹章 緒論

第一節 研究背景

近年，隨著網路普及、互聯網、資通訊技術的快速發展與數位經濟的來臨，帶動消費者購物行為與傳統外貿模式皆產生巨大的轉變。跨境電子商務（Cross-Border e-Commerce）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（來源：MBA 智庫）。傳統的外貿交易鏈的組成包括工廠製造商、出口商、進口商、批發商、零售商，最後才到消費者手上。隨著網路普及與資通訊技術快速發展，新型態的跨境電子商務交易鏈形成，帶動貿易生態圈或供應鏈生態圈的重組。製造商/批發商/零售商/消費者可以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 或 B2C 跨境電商平台（如：阿里巴巴、Amazon、Lazada、台灣經貿網等），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，實現真正的 M2C（Manufacturers to Consumer）。

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。跨境電商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）。根據 Facebook 與 Forrester(2018)的共同發佈的「全球跨境電商營銷白皮書」研究報告指出：2022 年跨境電商產業的價值將增至 6270 億美元，占全球電子商務產業的 22%，較 2016 年增長近 50%。40% 的網上買家將定期跨境購物，亞太地區在進出口方面將成為規模最大的跨境電商市場。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「2018 年台灣跨境電子商務人才需求」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（梁定澎，2018）。

第二節 研究動機

eBay 發布「2016 年台灣跨境電商零售出口行業人才需求調查」顯示 53% 的 eBay 企業賣家表示未來將擴大跨境電商規模招聘人才，其中又以全方位的營運型人才最受青睞。經濟部商業司估計，2017 年台灣電商人才需求上看 1.7 萬人。2020 年的疫情，消費者降低到實體店面消費的機會、減少人與人之間的互動後，就必須增加在網路、非實體的服務，因此未來電商產業的發展空間大增；加上智慧型手機等行動裝置普及，消費模式隨著科技進步在改變，包含跨境電商、O2O（線上與實體）經營模式、社群行銷、新媒體管道運用等開發皆需要優秀人才投入。企業數位轉型的腳步，如何跟上市場的快速變化，已是永續經營的關鍵。商研院在進行企業輔導與內訓作業時發現，企業數位轉型關鍵人才需要包含下列幾項：(1) 電子商務人才：線上活動規劃、商品導流、網站控管；(2) 數位/社群行銷人才：社群經營、數位廣告製作；(3) 數據分析人才：資料結構、統計分析、商業應用等；(4) 行動/網路應用技術人才。包括軟硬體操作、網頁設計、雲端管理等（數位轉型潮四類人才搶手，經濟日報）。綜合上述，如何具備熟練運用跨境電商平台、如何設計商品網頁、產品資訊、產品標題、關鍵字等；如何透過社群行銷，增進曝光率進而創造更多流量；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。

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，目的是為了累積更多的經歷與跨境電商平台的操作經驗，並學習如何與廠商交流。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 Youtube 進行社群行銷等。我們這次媒合到一家名為「易廷企業有限公司」的廠商，該公司成立於 2014 年，是台灣最具研發實力及不織布加工廠商，憑在業界 30 年的專業研發經歷，廣泛運用在不織布加工、研發及技術實力。不織布，不織布平面口罩，不織布飲料提袋訂製，可分解農用結束帶，中藥過濾袋，咖啡過濾紙，不織布包材是他們的主要業務內容。易廷的客戶群主要分佈於台灣，亞洲與北美。憑藉著 30 年來不織布加工製造的經驗，秉持企業核心價值及全球化視野，提供顧客整體滿意的產品品質與服務，成為國際化企業。

台灣經貿網的核心價值在於應用網路科技促動貿易電子化，並朝向資料庫加值、網路行銷、貿易社群經營以及國際合作等四大縱深耕耘。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。也剛好因為這次的新冠肺炎，導致全球對於口罩的需求量大提升，很剛好的台灣經貿網幫我們媒合到了易廷企業，他們是一間專門製造不織布商品的公司。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。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，學習與廠商媒合、交流的過程，並實際協助廠商設計商品內容與關鍵字等產品資訊，將其上架商品至台灣經貿網跨境電商平台，經營平台 2 個月左右以觀察經營成效。此外，本研究透過 Google 的商家介紹、形象短片的拍攝、Youtube 社群行銷設計等方式，期望提高流量與曝光率，以吸引更多消費者，增加顧客購買率。本研究目的如下：

- 一、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 30 支商品至台灣經貿網跨境電商平台，觀察經營成效及優化；
- 二、透過 google 商家行銷，觀察經營成效；
- 三、協助廠商拍攝形象短片進行 Youtube 行銷，觀察經營成效及優化



第貳章 文獻回顧與探討

第一節 跨境電子商務概論

隨著科技及網際網路的發展，電子商務已經是現代人經常接觸的商業活動，而現在國際間的交流也愈來愈頻繁，形成一個國際村的概念。而這種跨越國際間的貿易型態，就是跨境電子商務（簡稱跨境電商，Cross Border Ecommerce）。跨境電子商務透過網路交易平台完成交易、付款結帳及與國際物流送貨，使得消費者與商家即使在不同的國家也能完成貿易。

跨境電子商務有別於傳統的商務活動，是由於網路的蓬勃發展增加的全世界的連結性以及現代人所追求的便利性，進而使跨境電子商務的活動逐漸擴張。現在熱門的跨境電子商務是因為有以下特徵而使得這個商務活動受到重視：

一、全球性(Global Forum)

因為網際網路的特性，使得國際貿易市場無遠弗屆，能夠無視地理因素造成的阻礙。因此，跨境電子商務具有全球性這項特徵，能夠使消費者不必為了購買其他國家的商品而煩惱，賣家也不用局限於自己的國家把市場擴大到全世界，透過網路平台形成雙贏的局面。

二、快速演進(Rapidly Evolving)

網際網路的迅速發展，跨境電子商務也快速演進，不論是電商平台還是貿易行為都迅速成長。例如雙十一節或網路星期一，都是逐年增加交易量的特殊節日，能夠逐年成長前中之一的原因就是跨境電子商務的快速演進。

三、匿名性(Anonymous)

跨境電子商務跟網際網路一樣具有匿名性，消費者可以在電子商務平台匿名進行交易，這個特性可以使消費者更無慮的購買物品，也不會讓自己的資料讓賣家得知。

四、即時性(Instantaneously)

跨境電子商務具有即時性，下訂單、付款甚至交貨都能在瞬間完成，而有些電子商平台也提供即時與賣家聯絡，可以迅速的提問及解答商品相關的疑問，以增加消費者的購物意願。

五、無紙化(Paperless)

跨境電子商務採用無紙化的方式，以電子通訊技術取代了傳統的紙面交易。隨著網路的發展及網路銀行的出現，能使交易更便利，減少紙張的消耗。

第二節 跨境電子商務平台介紹-台灣經貿網

台灣經貿網(Taiwantrade)是一個 B2B 經貿入口網站，於 2002 年成立。台灣經貿網會整合國內外的貿易流程資訊，以推動台灣廠商運用網路科技開拓全球市場，因此被定位為「臺灣貿易整合總入口網站」。

台灣經貿網核心價值在於應用網路科技促動貿易電子化，並朝向資料庫加值、網路行銷、貿易社群經營以及國際合作等四大縱深耕耘。利用「一對一行銷」技術，簡化全球貿易中繁瑣的貿易流程，使買賣雙方可透過客製化與個人化的專屬服務，在最快的時間內完成銷售與採購的作業。台灣經貿網的各項功能都以促動線上交易為主，日後除了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。以賣家身分在台灣經貿網，能使用以下功能：

一、連結企業網

透過網際網路得連結，賣家可以在台灣經貿網建立自己的網站，可以省去自己找伺服器架網站的麻煩。

二、賣家管理端

賣家能夠進入管理端查詢營運摘要及網站使用狀況，也能檢視顧客的線上對談及待處理訂單，使賣家能夠方便管理並持續關注顧客資訊。

三、商業資料庫

商機資料庫能夠查詢各產業及商品，對於各國家及地區的商機資料，使商家能夠準確掌握自家商品的有效客戶。

第三節 網路行銷及社群行銷概論

網路行銷是現代最具代表性的高效率商業模式。以網際網路為平台，以市場需求和認知為導向去進行企業行銷。跟以往傳統的發傳單或電視廣告那種廣泛宣傳但搜索不到客戶的方式不一樣，網路行銷更能夠鎖定有效客戶，能在有需求的消費者面前曝光就是網路行銷的重點。

以 SEO 方式為例，利用搜尋關鍵字的方式呈現在有需求的客戶面前是能夠增加商品銷售出去的機會。根據統計，當消費者以 GOOGLE 搜尋關鍵字時，約有 65% 的消費者會點進第一頁排列的網站，而點進第二頁的只剩 25 約%，到了第三頁以後就不到 10% 了，因此經營 SEO 一直是現在網路行銷最大的課題之一，如果能夠搭配 PPC 等行銷方式會使廠商曝光率大量提升，能夠吸引有效客戶的目光。

社群行銷是企業為了行銷目的，在社群網路服務平台上創造特定的廣告詞或關鍵字吸引大眾網友們的注意與討論，並鼓勵網友透過個人的社群網路傳播散布行銷內容，並進而提升客戶的關注度及滿意度的行銷策略。

舉例來說，twitter 的流行趨勢是一個很具有代表性的社群行銷方式。許多企業會在 twitter 上面建立 #tag，當這些關鍵字被大量推文或轉推後就有可能會上 twitter 的流行趨勢，而其他路人看到趨勢後便會好奇點進查看或跟著推文，如此就能增加企業的曝光度，也能吸引到有效客戶。

第參章 研究內容與方法

第一節 研究架構

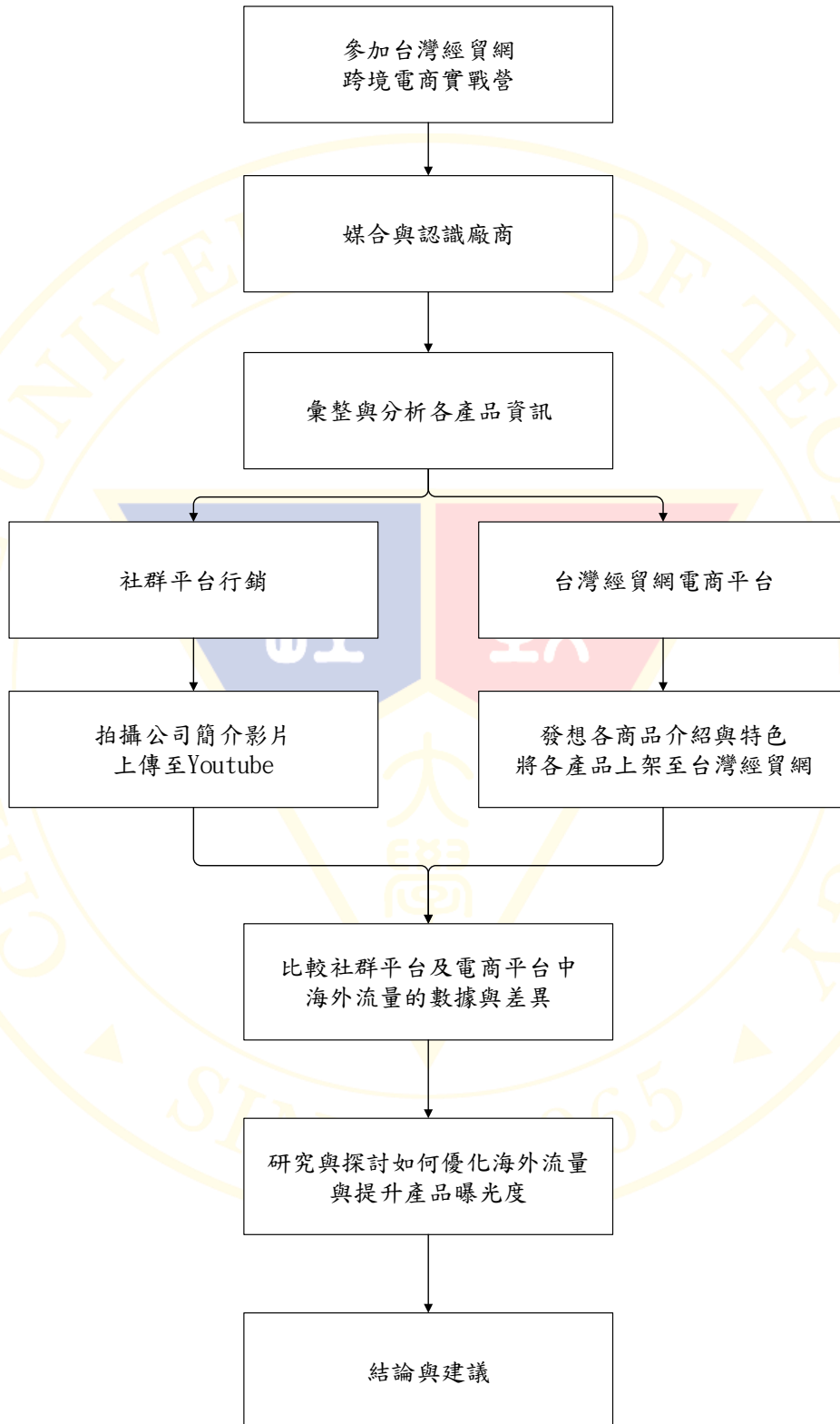


圖 3-1 研究架構圖

第二節 SWOT 分析

S 優勢	W 劣勢
<ol style="list-style-type: none">1. 業界唯一擁有專屬不織布研發單位的企業，滿足各種大小型產量的客製需求。2. 逾 30 年代工經驗，合作客戶遍及台灣、亞洲與美洲。	<ol style="list-style-type: none">1. 易廷公司擔任台灣口罩國家隊，導致客製化商品的交期較長。2. 網路行銷曝光方式不夠多元，導致海外流量不夠。
O 機會	T 威脅
<ol style="list-style-type: none">1. 近年來客製化商品需求提升。2. 疫情於全球爆發導致各地對於口罩的需求量大增。	<ol style="list-style-type: none">1. 受疫情影響出口不易，國際運費上漲。2. 全球市場競爭激烈。

圖 3-2 SWOT 分析圖

第三節 行銷架構

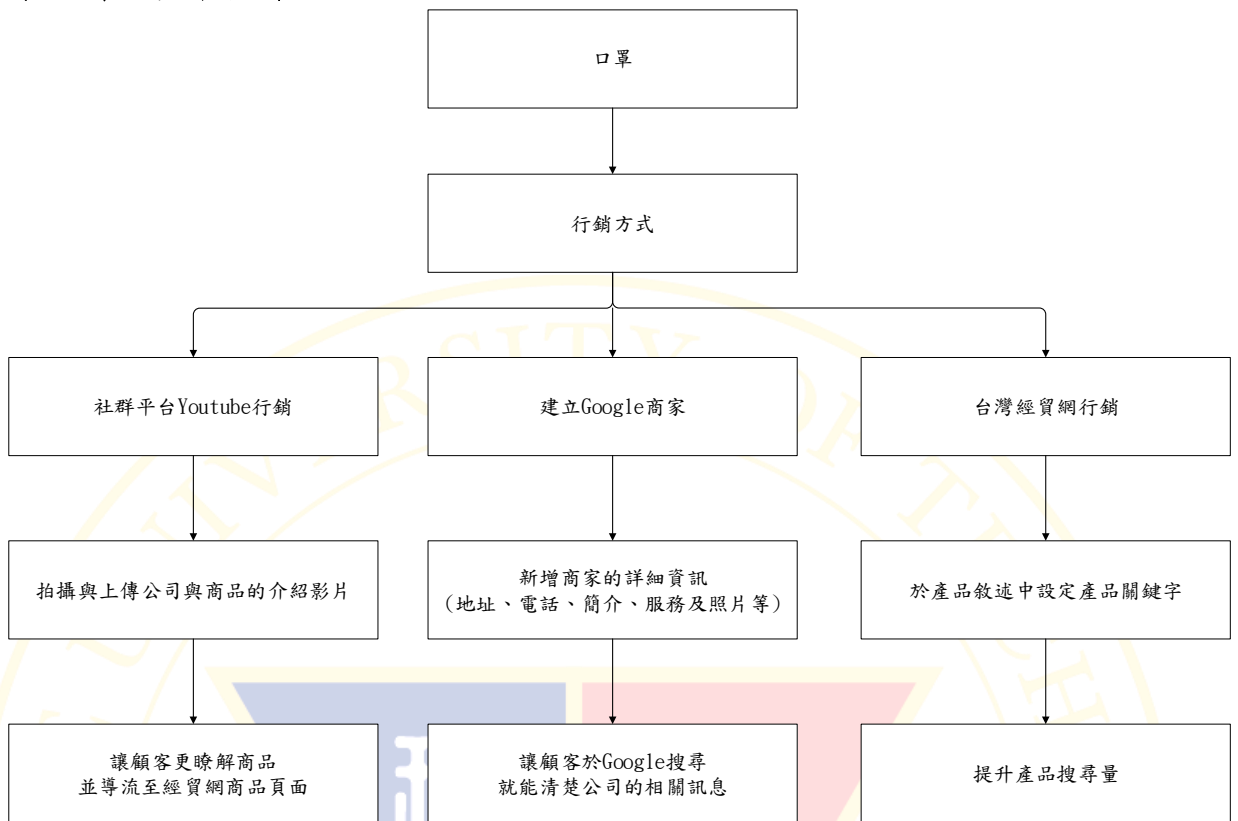


圖 3-3 行銷架構圖

第肆章 實驗結果與設計

第一節 商品上架台灣經貿網平台

一、經貿網企業網

如圖 4-1 到 4-2-2 表示，進入企業網主頁可先看到工廠的模擬圖，下方有易廷公司簡介和商品圖，可點商品內部查看內文及後續詢問。

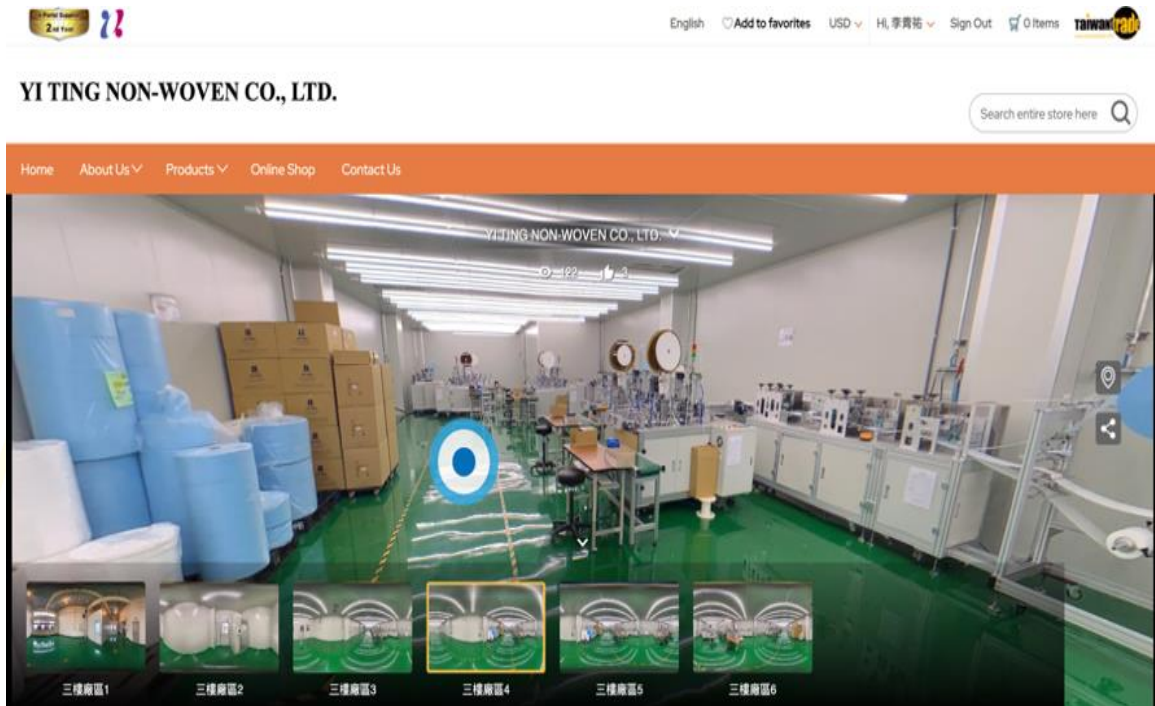
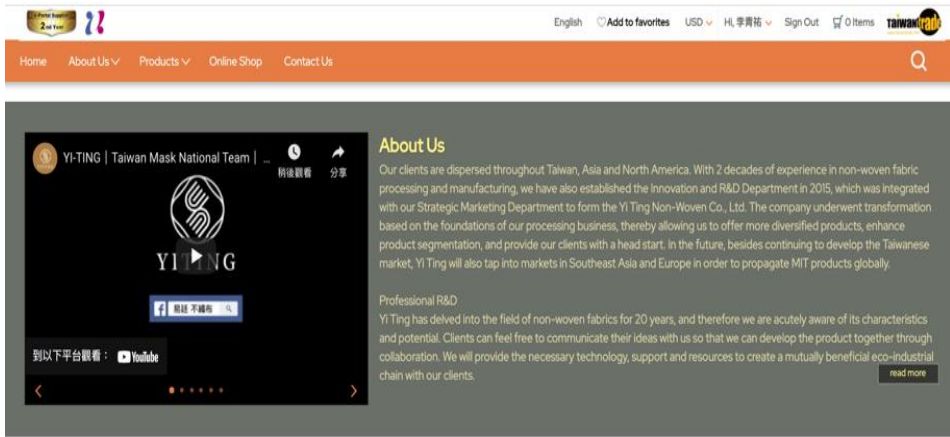


圖 4-1 工廠模擬圖



New Products

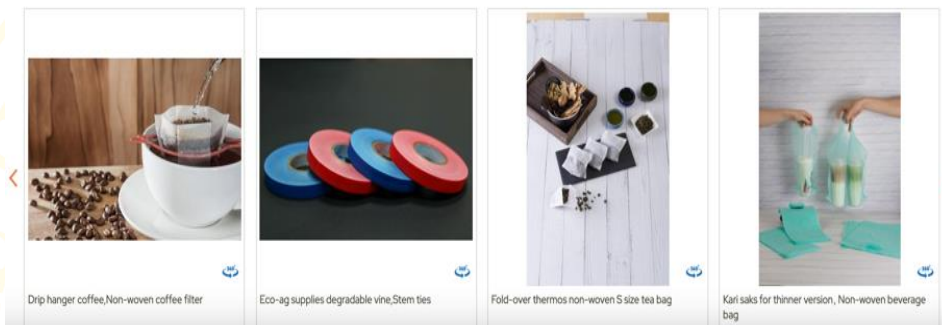


圖 4-2-1 易廷-主頁

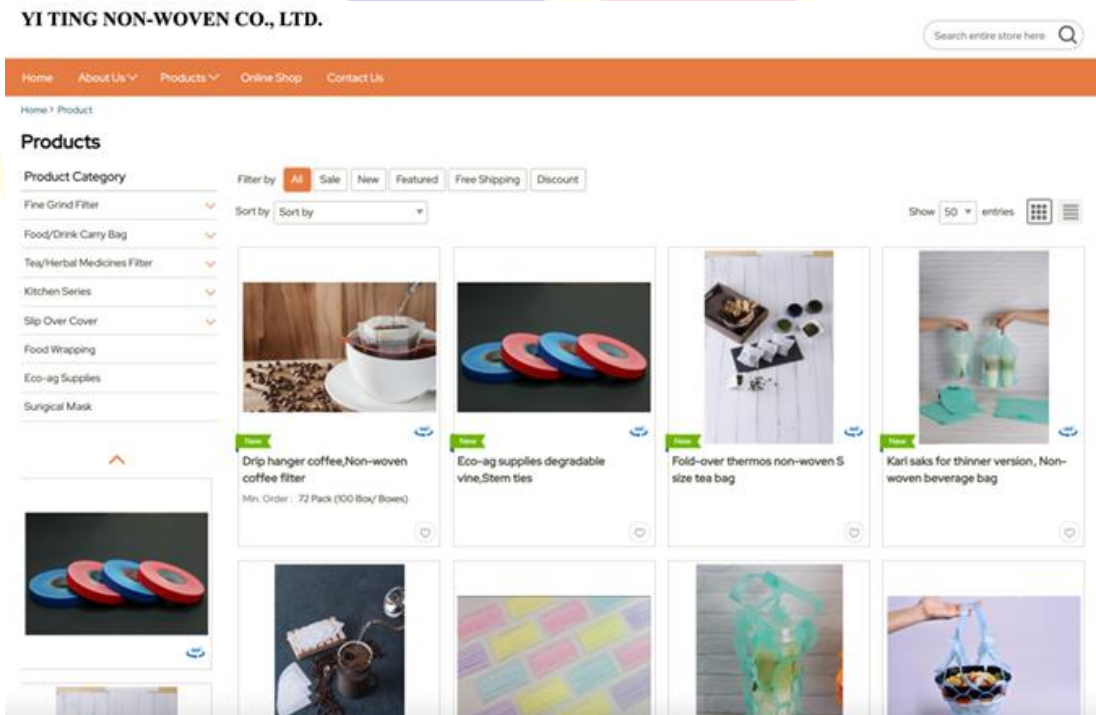


圖 4-2-2 易廷-商品圖

二、後台管理端

如圖 4-3 到圖 4-8 表示，可從後台查看上架商品數、營運的狀況、客戶詢問和數據統計，經統計表示，疫情爆發期間口罩的詢問度和點閱度最高，在延緩下來後，變為易提網討論度較高，而分佈國家為新加坡、美國最多。



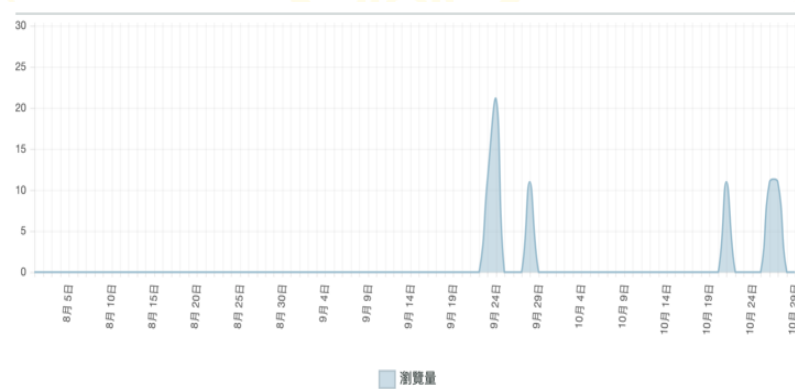
圖 4-3 營運總覽



圖 4-4 營運儀表板



圖 4-5 客戶詢問



產品名稱	瀏覽量	訪客數	平均停留時間(秒)
1 Net bag for 1-Cup, Non-woven beverage bag	32	21	9
2 Disposable makeup and hair protector hood	11	11	0
3 Drip Coffee Sachets	11	11	93
4 Drip Coffee Sachets YI TING NON-WOVEN CO, LTD.	11	11	0
5 Food grade cake cover, Non-woven paper	11	11	0
	總計:76	總計:65	平均值:20

圖 4-6 型錄瀏覽量

序號	品名	品類	品牌
1	Drop Hanger coffee,Non-woven coffee filter	咖啡濾紙	咖啡濾紙
2	Eye-eg cuplidin integratable sive/steam filter	咖啡濾紙	咖啡濾紙
3	Fold-over thermal non-woven 5-clip tea bag	咖啡濾紙	咖啡濾紙
4	Karl-saks for thinner version, Non-woven beverage bag	咖啡濾紙	咖啡濾紙
5	Flat-bottomed cone coffee filter, Non-woven coffee filter	咖啡濾紙	咖啡濾紙
6	4 Pkts With Double Nose Wipes Face Mask	咖啡濾紙	咖啡濾紙
7	Hot bag for 1-Cup, Non-woven beverage bag	咖啡濾紙	咖啡濾紙
8	Hot bag for Bento bin, Non-woven bento bag	咖啡濾紙	咖啡濾紙
9	Blue Non-Woven Medical Face Masks 3 Layer For Surgical	咖啡濾紙	咖啡濾紙
10	Beverage Ramp; Tobacco-Eco-friendly food bag, Tea Filter/Coffee Filter	咖啡濾紙	咖啡濾紙
11	Karl-saks for Bento bin, Non-woven bento bag	咖啡濾紙	咖啡濾紙
12	Karl-Saks for custom size, Non-woven Bag	咖啡濾紙	咖啡濾紙
13	Karl-saks for thicker version, Non-woven beverage bag	咖啡濾紙	咖啡濾紙
14	Fold-over thermal non-woven XS size tea bag	咖啡濾紙	咖啡濾紙
15	Fold-over Non-woven ultra and cheap bag	咖啡濾紙	咖啡濾紙
16	Fold-over tea bag for teapot and larger mug	咖啡濾紙	咖啡濾紙

圖 4-7 後台上架商品

配送商機數

在新視窗開啟

- 「配送商機」指的是買主向台灣經貿網提出採購需求，經台灣經貿網媒合比對後，配送給您的商機。
- 您可透過最近30、60及90天的維度，查看所獲配送商機數量。如果您想比較最近30天與前一期的配送商機數據，請點擊「成長率」。

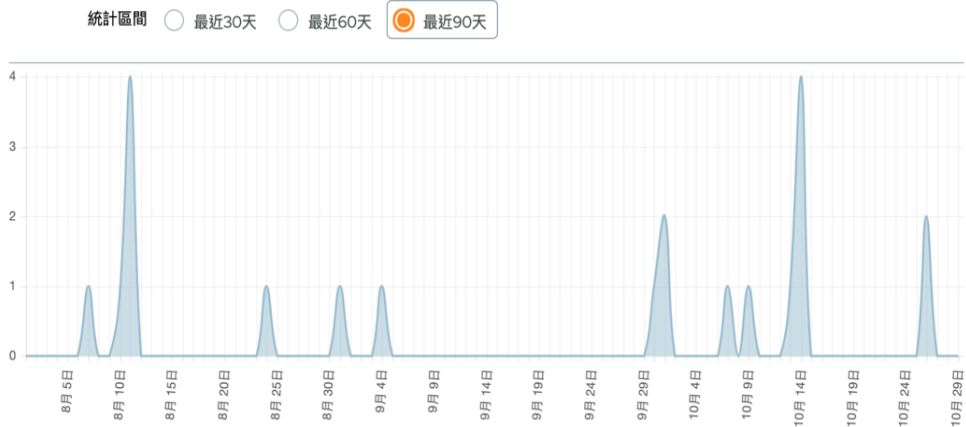


圖 4-8 配送商機數

第二節 Google 商家分析

一、商家檔案互動次數

如圖 4-9 表示，圖中為透過 Google 商家檔案撥打電話、傳送訊息、進行預訂，以及查詢路線，近半年的互動次數都有獲得一定的數量。

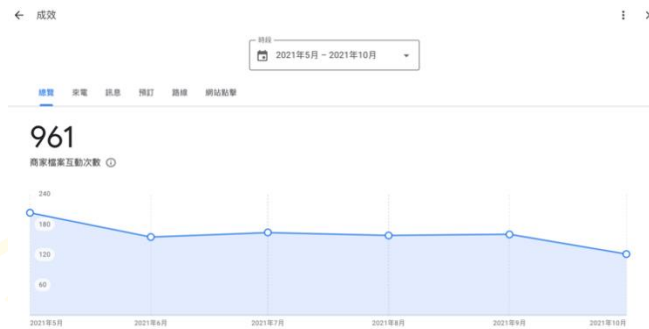


圖 4-9 影片曝光點閱率

二、所用裝置及搜尋字統計

如圖 4-10 表示，圖中使用行動裝置搜尋為最多，其次為電腦搜尋，而關鍵字搜尋為右側，可看出易廷口罩在口罩市場佔有一席之地。



圖 4-10 裝置及搜尋字統計圖

第三節 Youtube 行銷分析

一、頻道建立

創建 Youtube 頻道來介紹易廷公司和相關產品，打響廠商品牌知名度(如圖 4-11)，並不定期發布新影片，影片內文嵌入商品連結，提升經貿網商品點擊率，使商品增加其銷售量。

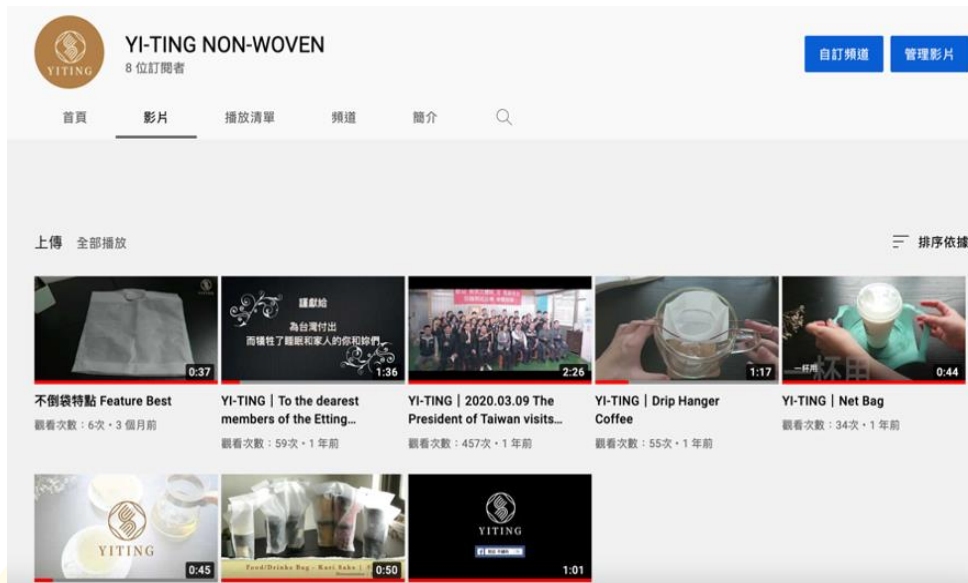


圖 4-11 頻道內容

二、影片數據分析

如圖 4-12 表示，在影片發布後曝光次數都有陸續上升，而曝光點閱率(如圖 4-13 表示)則是在疫情爆發期間較常點閱，疫情延緩下來後較少人觀看影片。

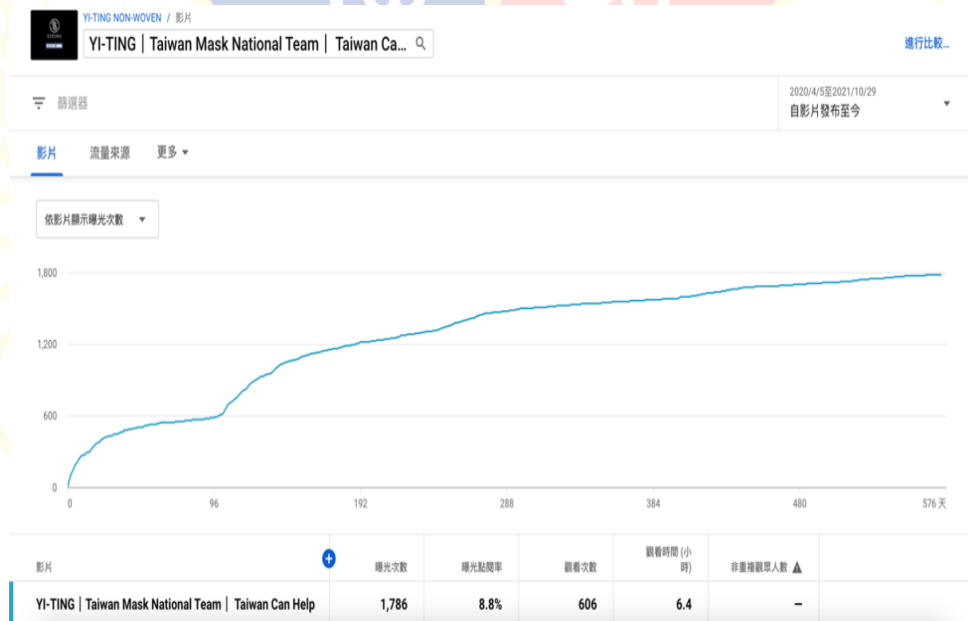


圖 4-12 影片曝光次數

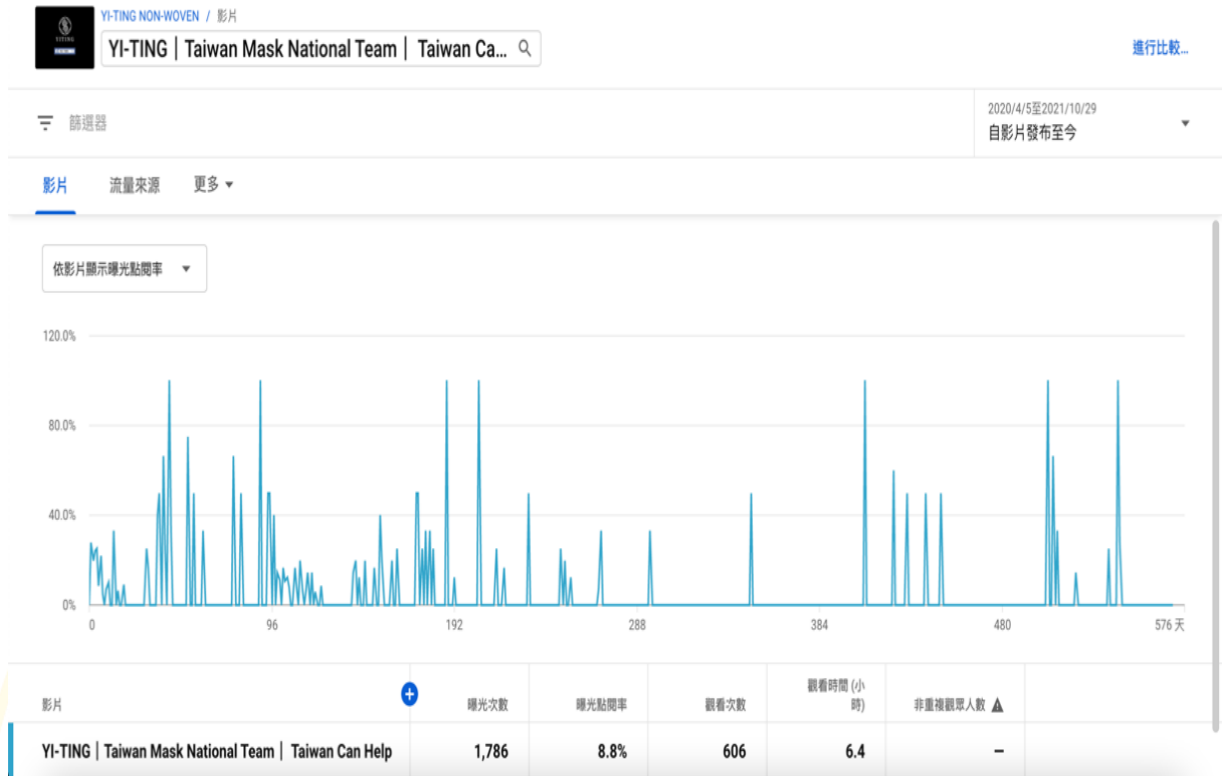


圖 4-13 影片曝光點閱率

第五章 結論與建議

透過老師的媒合下參加了台灣經貿網所舉辦的跨境電商實戰營比賽，這是我們第一次接觸到有關電子商務類型的平台，在過程中我們發現到有許多需要學習的地方，無論是實戰經驗、和廠商交流、以及經營平台的基礎不足等等，儘管大家對這些都不太熟悉，但在我們的團隊分工合作之下也順利的完成這項目標。

隨著科技日新月異以及網路時代蓬勃發展，相近的平台也越來越多，使得消費者有更多的選擇，但要如何從眾多的選擇中脫穎而出，就必須好好優化自身的產品頁、活用關鍵字，最後善用媒體和廣告的方式來成為消費者萬中選一的平台。

希望我們未來還能夠吸收到更多有關電商平台的經驗，從中獲取更多的知識，不管是在產品的架設、關鍵字的發掘、以及產品的流量，這些都是經過後台來做數據的分析，呈現出更好的前台給消費者。最後，我們也在這比賽中得到了非常棒的經驗，期望了透過這次的比賽在往後職場上得到更多的幫助。



參考文獻

台灣經貿網:

https://info.taiwantrade.com/index/about_us

跨境電子商務概論

<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E8%B7%A8%E5%A2%83%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8A%A1>

易廷企業:

<https://www.yi-ting.com.tw/zh-TW/page/company-profile.html>

台灣經貿網wiki

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%8F%B0%E7%81%A3%E7%B6%93%E8%B2%BF%E7%B6%B2>

SEO

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E6%90%9C%E5%B0%8B%E5%BC%95%E6%93%8E%E6%9C%80%E4%BD%B3%E5%8C%96>

社群行銷

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E7%A4%BE%E6%9C%83%E7%B6%B2%E8%B7%AF%E8%A1%8C%E9%8A%B7>



畢業專題 系統操作手冊

【放置附錄】

【專題執行計畫表】

組名			
上廁所請排隊			
組 員	班級	學號	姓名
	資四 C	10710301	李青祐
	資四 C	10710318	李明祐
	資四 C	10710326	陳信賢
	資四 C	10710333	王泓文
	資四 C	10710336	何承豫
	資四 C	10710354	蘇宏鈞
	資四 C	10710370	呂晨暉
選定合作單位	名稱	易廷企業有限公司	
	負責人	顏志偉	聯絡人 顏志偉
	電話	03-3286585	電話 03-3286585
	地址	桃園市龜山區文工一路 298 巷 13 號	
	業務描述	<p>易廷企業成立於 2014 年，是台灣最具研發實力及不織布加工廠商，新廠位於環境優美，規劃完善的 A7 工業園區，占地約 600 餘坪。憑在業界 30 年的專業研發經歷，廣泛運用在不織布加工、研發及技術實力。</p>	
專 題 名 稱	台灣經貿網電商平台經營與優化提升海外流量--以易廷公司為例		
專題資訊系統功能描述 本專題利用台灣經貿網平台，幫易廷企業有限公司協助上架商品，上架過程包括產品分類、產品拍攝、宣傳影片製作、產品關鍵字等，再利用 Youtube 平台上傳製作的宣傳影片以及幫廠商設立 google 商家，增加曝光率觸及率並成功吸引海外買家完成訂單。			
指 導 老 師 簽 名	蘇啟鴻	日 期	110 年 9 月 16 日
備 註			

【專題工作分配表】

組名	上廁所請排隊				填寫人	蘇宏鈞		
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例				填寫日期	110年9月17日		
人員	李青祐	李明祐	陳信賢	王泓文	何承豫	蘇宏鈞	呂晨暉	
工作項目								
拍攝產品		✓	✓					
拍攝製作影片		✓						
Youtube上傳		✓						
產品分類				✓		✓		
產品上架	✓		✓			✓	✓	
設立關鍵字			✓			✓		
資料收集整理		✓		✓	✓		✓	
產品內容翻譯			✓	✓				
Google商家	✓	✓						
流量分析	✓	✓	✓			✓		
平台優化	✓					✓	✓	
PPT簡報製作	✓	✓	✓			✓		
會議記錄				✓	✓		✓	
計畫書整合	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

【GANTT 圖】

組名	上廁所請排隊		填寫人	蘇宏鈞				
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例		填寫日期	110年9月17日				
任務名稱	開始日期	天數	完成日期	3月	4月	5月	6月	7月
參加台灣經貿網跨境電商平台比賽	2020/03/21	62d	2020/07/04					
了解台灣經貿網跨境電商平台後台	2020/03/23	2d	2020/03/24					
認識媒合廠商產品及公司背景	2020/03/23	7d	2020/03/29					
與廠商溝通合作細節	2020/03/25	7d	2020/04/01					
拍攝製作公司形象影片	2020/04/01	5d	2020/04/05					
整理分類產品項目及內容	2020/04/01	2d	2020/04/02					
上架 30 項產品	2020/04/06	7d	2020/04/12					
後台流量分析及優化	2020/04/10	20d	2020/04/30					
製作比賽 ppt 報告	2020/06/14	2d	2020/06/15					
總決賽	2020/07/04	1d	2020/07/04					

【開發工具清單】

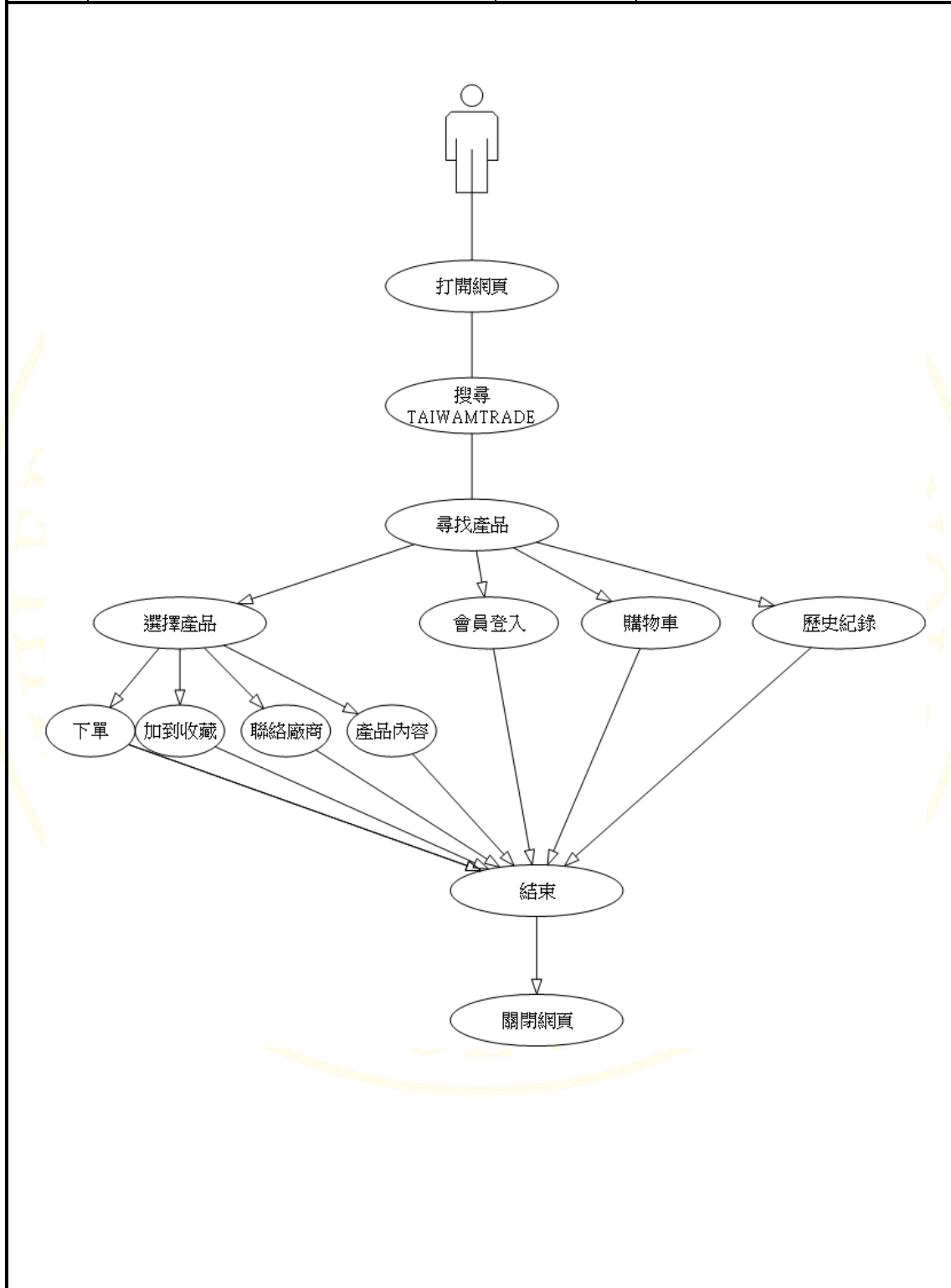
組名	上廁所請排隊	填寫人	蘇宏鈞
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例	填寫日期	110年09月18日
名稱	功能		
Google Trends	掌握時事、話題關鍵字，找出對應時間內關鍵字的搜尋趨勢，便能及時了解目前市場上的熱門搜尋詞有哪些。		
Google Analytic	是 Google 公司提供的數據分析工具，可用來分析網站或 APP 的數據狀況。		
PhotoShop	修圖軟體。		
台灣經貿網平台	產品上架，B2B。		
Google 商家	設置 google 商家，讓顧客用 google 搜尋引擎查詢到公司介紹。		
Youtube	源自美國影片分享網站，也是目前全球最大的影片搜尋和分享平臺，讓使用者上傳、觀看、分享及評論影片。		
Lightroom	圖片調色。		

【需求訪談計畫表】

組名	上廁所請排隊	填寫人	蘇宏鈞
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例	填寫日期	110年09月19日
訪問時間	訪問內容		
2020/03/25	<ol style="list-style-type: none"> 1. 目標客群 2. 上架商品數量 3. 公司形象影片呈現 4. 生產方式 5. 工廠製作流程 6. 主打商品 7. 特別專利 8. 下單流程 9. 地址 		
2020/04/01	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商品上架內容確認 2. 產品分類確認 3. 影片製作確認 4. 商品詳細功能介紹 5. 買家詢問如何回覆 6. 上架內容是否需要調整 		

【使用個案圖】

組名	上廁所請排隊	填寫人	蘇宏鈞
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例	填寫日期	110年09月19日

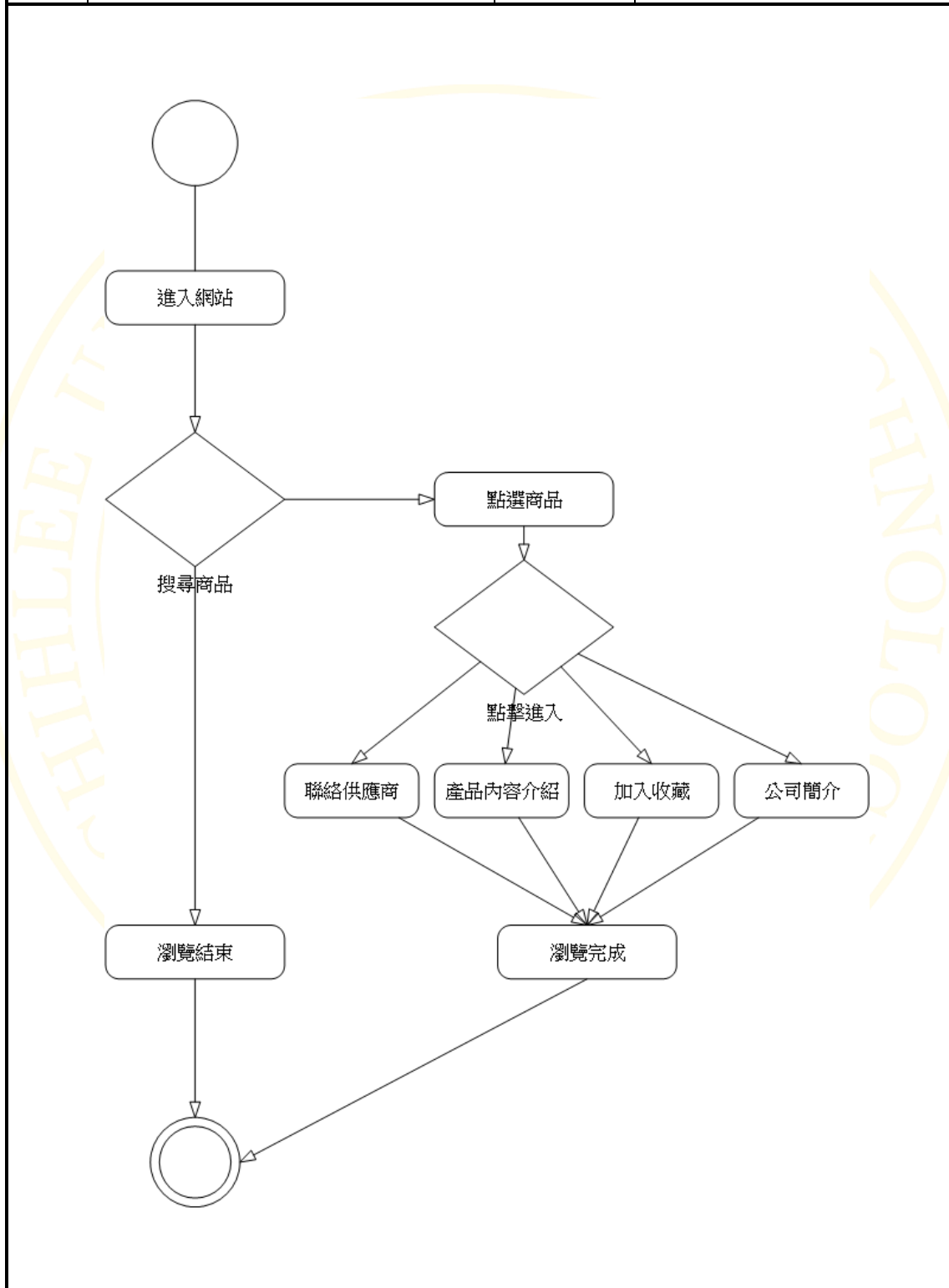


【資料詞彙】

組名	上廁所請排隊	填寫人	蘇宏鈞
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例	填寫日期	110年09月20日
<p>1. 不織布：又稱無紡布，是一種以針軋機械或梳理機械處理各種纖維原料，用<u>高壓</u> 形成或粘合生產的一種<u>布狀物</u>。</p> <p>2. RFQ: 所謂 RFQ，英文全稱是 Request for quotation，可被翻譯為詢(報)價單，探究該份文件內容，一般都應含括貨品描述、數量、交貨日期、交貨處、聯絡人、單價、是否可有替代品.....等詳細資訊，而在正常情況下，RFQ 至少須納入 3 家 供應商參與比價。</p> <p>3. 企業對企業 (B2B) (英文：business-to-business)，也稱「公對公」，指的是企業間透過電子商務的方式進行交易，企業利用網際網路來支援企業與企業之間各種買賣的資訊流、商流、金流、物流的經營流程與架構 [1]，相對於 B2C 的銷售方式是企業對顧客。</p> <p>4. OEM: 代工生產(英語:Original Equipment Manufacturer，OEM)簡稱:委託製造，又譯原始設備製造商，指由採購方提供設備和技術，由製造方負責生產、提供人力和場地，採購方負責銷售的一種現代流行生產方式。</p> <p>5. 電子商務，簡稱電商，是指在網際網路或電子交易方式進行交易活動和相關服務活動，是傳統商業活動各環節的電子化、網路化。電子商務包括電子貨幣交換、供應鏈管理、電子交易市場、網路購物、網路行銷、線上事務處理、電子資料交換 (EDI)、存貨管理和自動資料收集系統。在此過程中，利用到的資訊科技包括網際網路、全球資訊網、電子郵件、資料庫、電子目錄和行動電話。</p> <p>6. 船上交貨，簡稱為 FOB (Free On Board 或 Freight On Board 的首字母縮寫)，是國際貿易中常用的貿易術語之一。按「船上交貨」進行的交易，買方負責派船接運貨物，賣方應在契約規定的裝運港和規定的期限內將貨物裝上買方指定的船隻，並及時通知買方。貨物在裝船時越過船舷，風險即由賣方轉移至買方。理論上，如果進口地徵收關稅，關稅由進口商承擔</p>			

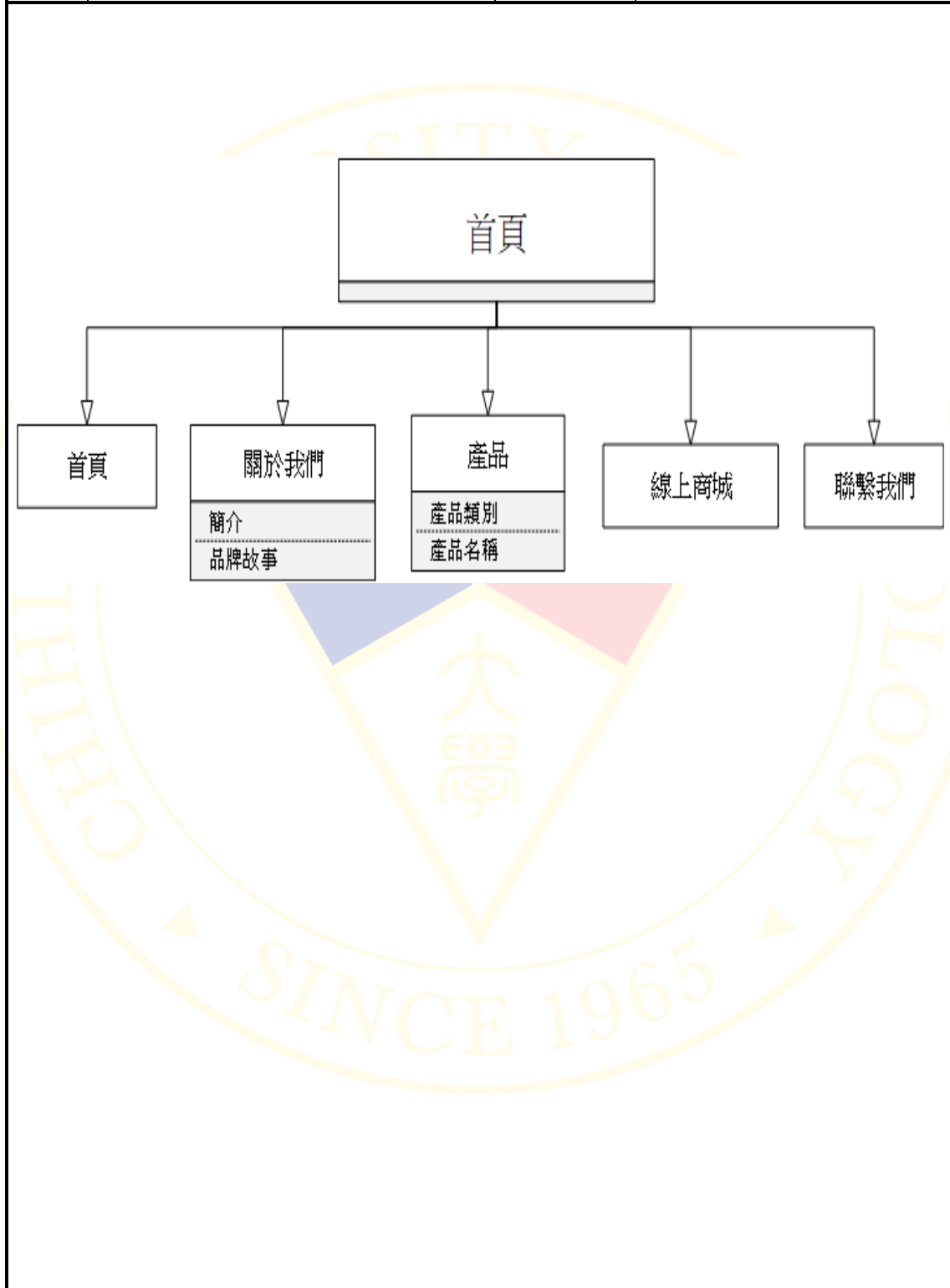
【活動圖】

組名	上廁所請排隊	填寫人	蘇宏鈞
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例	填寫日期	110年09月20日



【類別圖】

組名	上廁所請排隊	填寫人	蘇宏鈞
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例	填寫日期	110年09月20日



【使用者操作手冊】

組名	上廁所請排隊	填寫人	蘇宏鈞
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例	填寫日期	110年09月21日
畫面編號	01	畫面名稱	台灣經貿網首頁
系統畫面			
操作說明	<ol style="list-style-type: none"> 1. 上方搜尋欄位，直接輸入想要查詢的商品或關鍵字。 2. 左邊也可以透過產品分類來收尋。 		

【使用者操作手冊】

組名	上廁所請排隊	填寫人	蘇宏鈞
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例	填寫日期	110年09月21日
畫面編號	02	畫面名稱	商品頁面
系統畫面	 <p>The screenshot shows a search results page on the taiwantrade.com website. The search term is 'mask', resulting in 5,920 items. The page features a navigation menu on the left with categories like 'Skin Care', 'Medical Consumables', and 'Voulds'. The main content area displays several product listings, including 'Wholesale OEM ODM Limited Offer Hyaluronic Acid Skin Care Collection Facial Mask', 'KN95 Face Mask 50 Pack Filter Efficiency>95%, Breathable Cup Dust Mask. Maske Against', 'KN95 Face Mask, 100 Pack Cup Protective Masks, Filter Efficiency>95% Against PM2.5', and 'Collagen Face Mask- Lifting & Hydrating (6pc/ box)- best for any skin tone and perfectly'. The page also includes a search bar, filters, and a sidebar with utility icons.</p>		
操作說明	左方有篩選選項，可挑選想要的商品		

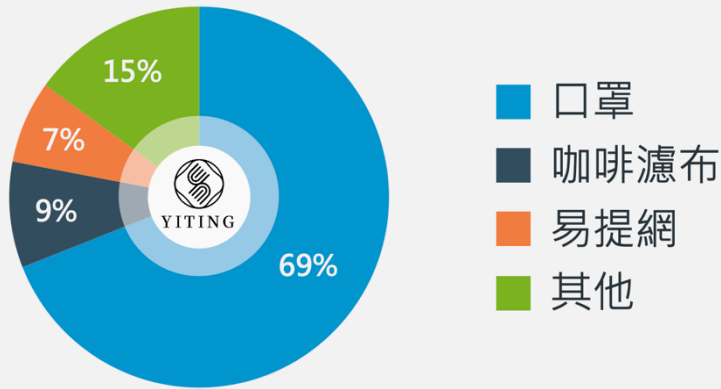
使用者操作手冊】

組名	上廁所請排隊	填寫人	蘇宏鈞
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例	填寫日期	110年09月21日
畫面編號	03	畫面名稱	挑選商品頁面
系統畫面			
操作說明	<p>選好商品，進到商品頁面有商品詳細的資訊，出產地、售價、供應商，也有供應商聯絡的按鈕。</p>		

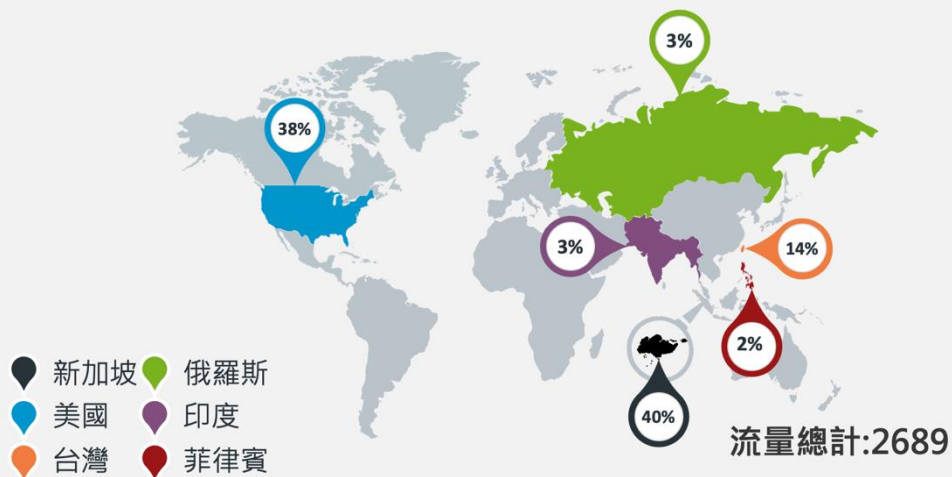
【專案結案報告】

組名	上廁所請排隊	填寫人	蘇宏鈞
專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化 提升海外流量--以易廷公司為例	填寫日期	110年09月21日

產品流量



國家分佈



【會議記錄】

專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化提升海外流量--以易廷公司為例					
會議編號	1	召集人兼主席	李青祐	紀錄者	陳信賢	
討論主題	討論台灣經貿網-跨境電商實戰營參賽事項			會議時間	109年3月16日	
				會議地點	圖書館602教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	無		無			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	了解跨境電商實戰營比賽相關資訊		1.確認比賽時程 2.初步了解經貿網平台運作方式		全體	
本次會議內容	<p>本週六為台灣經貿網-跨境電商實戰營的賽前說明會，我們利用賽前先體驗經貿網平台的操作，再了解比賽的時程安排及相關規則。由於疫情關係只能有三位同學進入會場，我們利用會議時間決定前往會場的同學，剩餘的同學利用線上直播觀看。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
決定前往賽前說明會的同學。						
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	李青祐	紀錄者	陳信賢	時間	109年3月23日
					地點	圖書館602教室
預定討論主題	確認台灣經貿網參賽事宜					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化提升海外流量--以易廷公司為例					
會議編號	2	召集人兼主席	李青祐	紀錄者	陳信賢	
討論主題	確認台灣經貿網參賽事宜			會議時間	109年3月23日	
				會議地點	圖書館602教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	前往賽前說明會的同學		由3位同學前往世貿聆聽賽前說明會並確認媒合廠商			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	參與台灣經貿網-跨境電商實戰營賽前說明會		1. 確認媒合廠商 2. 了解廠商資訊及主要產品		全體	
本次會議內容	確認媒合廠商後我們上網搜尋該公司的相關資訊及主要產品，大家先各自構思自己的想法方便之後整合，並規劃本週親自前往公司與對方當面討論產品內容及上架計畫。					
決議事項（與主席裁示）						
決議 3/25 前往公司和對方討論產品內容及上架構思。						
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	李青祐	紀錄者	陳信賢	時間	109年3月30日
					地點	圖書館602教室
預定討論主題	產品上架及規劃					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化提升海外流量--以易廷公司為例					
會議編號	3	召集人兼主席	李青祐	紀錄者	陳信賢	
討論主題	產品上架規劃			會議時間	109年3月30日	
				會議地點	圖書館602教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	3/25 前往公司和對方討論產品內容及上架構思		全體組員共同前往公司並討論出對比賽的初步共識			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	整理產品上架所需資訊及拍攝產品圖		將產品介紹及產品關鍵字等資訊翻譯成英文方便日後使用		全體	
本次會議內容	討論產品介紹及產品關鍵字該如何撰寫才能吸引到消費者的眼光。計畫 youtube 影片拍攝內容及構思運鏡方式該如何將身為口罩國家隊的公司工廠生產線呈現給觀眾。					
決議事項 (與主席裁示)						
決議 4/1 前往公司和對方討論影片拍攝內容且當場拍攝完畢。						
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	李青祐	紀錄者	陳信賢	時間	109年4月6日
					地點	圖書館602教室
預定討論主題	產品上架及優化					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化提升海外流量--以易廷公司為例					
會議編號	4	召集人兼主席	李青祐	紀錄者	陳信賢	
討論主題	產品上架			會議時間	109年4月6日	
				會議地點	圖書館 602 教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	4/1 前往公司和對方討論影片拍攝內容		由三位組員前往公司討論影片內容且當場拍攝完畢			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	上架產品及撰寫產品資訊 剪輯影片素材		逐步開始上架產品 整理並剪輯 youtube 影片素材		全體	
本次會議內容	將產品重要資訊翻譯成英文以方便上架。 討論產品上架時要注意的事項及細節。 構想影片結構及剪輯。					
決議事項 (與主席裁示)						
上架分工，各組員儘速完成自己負責的部分。						
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	李青祐	紀錄者	陳信賢	時間	109年4月13日
					地點	圖書館 602 教室
預定討論主題						
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化提升海外流量--以易廷公司為例					
會議編號	5	召集人兼主席	李青祐	紀錄者	陳信賢	
討論主題	產品上架			會議時間	109年4月13日	
				會議地點	圖書館602教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	各組員儘速完成上架工作		大致完成，剩餘一些要討論的部分			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	完成產品上架及產品資訊撰寫		將產品上架完畢後補上產品資訊及產品圖增加消費者點擊意願		全體	
本次會議內容	完成產品上架並逐一檢查是否有遺漏的部分、確認產品資訊是否有填寫正確以及檢查中英翻譯是否有不流暢的地方，應儘速修改以免消費者看不懂。					
決議事項（與主席裁示）						
預賽接近尾聲，要盡量吸引海外流量爭取進入決賽的機會。						
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	李青祐	紀錄者	陳信賢	時間	109年5月11日
					地點	圖書館602教室
預定討論主題	決賽衝流量					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化提升海外流量--以易廷公司為例					
會議編號	6	召集人兼主席	李青祐	紀錄者	陳信賢	
討論主題	決賽衝流量			會議時間	109年5月11日	
				會議地點	圖書館602教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	預賽接近尾聲，要盡量吸引海外流量爭取進入決賽的機會		經過大家努力後成功進入決賽			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	討論進入決賽後該如何應對，打敗其他實力堅強的對手		透過修改產品資訊來提昇觸及率		全體	
本次會議內容	進入決賽後競爭力提高許多，因此我們選出幾樣觸及率較差的產品來修改該產品的關鍵字以及產品敘述，希望能吸引到更多消費者的點擊且引起購買的慾望。					
決議事項（與主席裁示）						
進入決賽後競爭力大幅提高，我們要努力衝刺得到特優的佳績。						
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	李青祐	紀錄者	陳信賢	時間	109年6月15日
					地點	圖書館602教室
預定討論主題	比賽成果發表會					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化提升海外流量--以易廷公司為例					
會議編號	7	召集人兼主席	李青祐	紀錄者	陳信賢	
討論主題	比賽成果發表會			會議時間	109年6月15日	
				會議地點	圖書館602教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	進入決賽後競爭力大幅提高，我們 要努力衝刺得到特優的佳績。		在大家共同努力下得到特優的佳績！			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	討論成果發表會內容及分配 工作		1.製作成果發表會簡報 2.撰寫報告文字稿		全體	
本次會議內容	<p>構想成果發表會的內容。 製作簡報時除了敘述操作方式外，也利用數據來加以輔佐結果。 撰寫文字稿時也討論如何利用簡潔又精準的報告來加深觀眾對我們的印象。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
完成比賽後將比賽內容製作成專題。						
請簽名		請簽名		請簽名		
下次會議	召集人	李青祐	紀錄者	陳信賢	時間	110年9月16日
					地點	圖書館602教室
預定討論主題	討論專題內容					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	台灣經貿網電商平台經營與優化提升海外流量--以易廷公司為例					
會議編號	8	召集人兼主席	李青祐	紀錄者	陳信賢	
討論主題	討論專題內容並開始製作			會議時間	110年9月16日	
				會議地點	圖書館 602 教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	完成比賽後將比賽內容製作成專題		今日開始製作專題			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	製作專題報告書		專題報告書分工並各自做自己的部分		全體	
本次會議內容	向兩位新組員敘述關於之前參與比賽的資訊，以方便完成專題報告書。各自製作自己在專題報告書分配到的部分。					
決議事項（與主席裁示）						
完成各自部分後傳上群組由其他組員共同討論時否有需要修改及進步的地方。						
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						

