

致理科技大學圖書館



251050



致理科技大學

資訊管理系專題報告

網路行銷-C.ibex

專題生：(10310213)王偉丞
(10310218)林瑞祥
(10310224)蔡承翰
(10310242)林義智
(10310258)陳子翹

指導教授：曲莉莉 老師

中華民國一〇六年六月

81310

目錄

| | |
|----------------------|-----|
| 中文摘要 | i |
| ABSTRACT | ii |
| 誌謝 | iii |
| 目錄 | iv |
| 圖目錄 | vi |
| 表目錄 | vii |
| 第一章 緒論 | 1 |
| 第一節 研究背景與動機 | 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 |
| 第二章 文獻探討 | 3 |
| 第一節 網路行銷 | 3 |
| 一、網路行銷的定義 | 3 |
| 二、網路行銷的特性 | 5 |
| 三、網路行銷的效益 | 7 |
| 四、網路行銷的策略 | 7 |
| 五、網路行銷與傳統行銷的比較 | 9 |
| 第二節 電子商務 | 13 |
| 一、電子商務的特性 | 13 |
| 二、電子商務的架構 | 15 |
| 三、電子商務的四流 | 16 |
| 四、電子商務的效益 | 16 |
| 第三章 研究方法 | 18 |
| 第一節 研究架構 | 18 |
| 第二節 研究假說 | 19 |
| 第三節 問卷設計 | 19 |
| 第四節 資料分析方法 | 19 |
| 一、問卷資料分析 | 19 |
| 二、SWOT 分析 | 21 |
| 第五節 行銷計畫 | 23 |
| 第四章 實驗結果與設計 | 26 |
| 第一節 3C 產業現況分析 | 26 |

| | |
|--------------------------|----|
| 一、3C 產業定義與市場區隔分析 | 27 |
| 二、3C 產業成功關鍵的要素分析 | 27 |
| 三、3C 產業上下游的價值鏈分析 | 28 |
| 第二節 蝦皮拍賣分析 | 29 |
| 一、蝦皮拍賣商業模式與行銷策略分析 | 29 |
| 二、蝦皮拍賣目標消費群與客層分析 | 29 |
| 三、蝦皮拍賣商品力分析 | 29 |
| 四、蝦皮拍賣競爭者分析 | 29 |
| 第三節 蝦皮拍賣網路行銷分析 | 29 |
| 一、蝦皮拍賣網路行銷現況分析 | 30 |
| 二、蝦皮拍賣網路行銷策略分析 | 30 |
| 三、蝦皮拍賣產品生命週期分析 | 30 |
| 四、蝦皮拍賣 SWOT 分析 | 30 |
| 第四節 未來研究與趨勢分析 | 30 |
| 第五章 研究結果與建議 | 31 |
| 第一節 研究結果 | 31 |
| 第二節 研究建議 | 33 |
| 一、4P 分析 | 33 |
| 二、SWOT 分析 | 34 |
| 參考文獻 | 35 |
| 附錄 | |
| 附錄一 「網路購物消費者之調查」問卷 | 36 |
| 附錄二 專題工作分配表 | 39 |
| 附錄三 GANTT 圖 | 40 |
| 附錄四 開發工具清單 | 41 |
| 附錄五 需求訪談計畫表 | 42 |
| 附錄六 需求訪談紀錄表 | 45 |
| 附錄七 藍圖 | 52 |
| 附錄八 資料詞彙 | 53 |
| 附錄九 活動圖 | 54 |
| 附錄十 類別圖 | 55 |
| 附錄十一 網頁操作手冊 | 56 |
| 附錄十二 測試相關計畫 | 58 |
| 附錄十三 專案結案報告 | 59 |
| 附錄十四 會議記錄 | 60 |

圖目錄

| | |
|------------------------|----|
| 圖 2-1 網路行銷組成圖 | 4 |
| 圖 2-2 傳統行銷資訊流(1) | 11 |
| 圖 2-3 傳統行銷資訊流(2) | 12 |
| 圖 3-1 研究流程圖 | 18 |
| 圖 3-2 蝦皮拍賣市場價格圖 | 23 |
| 圖 3-3 蝦皮拍賣銷售活動圖 | 24 |
| 圖 3-4 蝦皮拍賣首頁圖 | 24 |
| 圖 3-5 形象網站圖 | 25 |
| 圖 3-6 臉書粉絲團圖 | 25 |
| 圖 5-1 商業模式圖 | 32 |



表目錄

| | 頁次 |
|---------------------------------|----|
| 表 2-1. 網路行銷的策略表 | 8 |
| 表 2-2. 網路行銷常探討的相關行銷模式 | 9 |
| 表 2-3. 傳統行銷與網路行銷之比較(1) | 10 |
| 表 2-4. 傳統行銷與網路行銷之比較(2) | 10 |
| 表 2-5. 傳統行銷與網路行銷之比較(3) | 12 |
| 表 2-6. 電子商務的效益(社會) | 16 |
| 表 2-7. 電子商務的效益(企業) | 17 |
| 表 2-8. 電子商務的效益(消費者) | 17 |
| 表 3-1. 問卷分析圖表 | 19 |
| 表 3-2. SWOT 分析表 | 21 |
| 表 3-3. 拍賣平台比較表 | 22 |
| 表 3-4. 進貨價格資料表 | 23 |
| 表 4-1. 大型 3C 家電連鎖大賣場基本資料表 | 26 |
| 表 4-2. 3C 流通產業價值鏈 | 28 |
| 表 4-3. 蝦皮拍賣 SWOT 分析 | 30 |
| 表 5-1. 交易報表 | 32 |
| 表 5-2. 營運報表 | 33 |
| 表 5-3. 4P 分析 | 33 |
| 表 5-4. 與競爭市場比較SWOT分析 | 34 |