

圖目錄

圖 2-1	再行銷示意圖	11
圖 2-2	成功網上銷售 = 流量 x 轉換率 x 轉換價值 x 回購率	12
圖 2-3	Airbnb 價值主張：歡迎回家	21
圖 2-4	Google Drive 價值主張：無論身在何處，都能立即存取檔案	21
圖 2-5	價值元素	23
圖 3-1	OKAY 研究流程	25
圖 3-2	購買品項圖	26
圖 3-3	購買因素圖	27
圖 3-4	文具／雜貨消費頻率	27
圖 3-5	消費地點圖	28
圖 3-6	店家消息圖	28
圖 3-7	接觸網購與否比例圖	28
圖 3-8	網路平台扮演圖	29
圖 3-9	平台使用圖	29
圖 3-10	網購文具／雜貨與否圖	30
圖 3-11	網購文具／雜貨影響圖	30
圖 3-12	粉絲團評價影響圖	31
圖 3-13	節慶優惠活動百分比圖	31
圖 3-14	性別百分比圖	31
圖 3-15	年齡長條圖	32
圖 3-16	職業分布圖	32
圖 4-1	mymy 開店後台介面	38
圖 4-2	Facebook 粉專行銷成果	39
圖 4-3	Instagram 行銷成果	39
圖 4-4	網站行銷成果	40
圖 4-5	蝦皮拍賣行銷成果	40
圖 4-6	2017 年 10 月活動成果	45
圖 4-7	2017 年 11 月活動成果-1	46
圖 4-8	2017 年 11 月活動成果-2	46
圖 4-9	2017 年 12 月活動成果-1	47
圖 4-10	2017 年 12 月活動成果-2	47
圖 4-11	2018 年 02 月活動成果-1	48
圖 4-12	2018 年 02 月活動成果-2	48
造 4-13	2018 年 04 月活動成果	49
圖 4-14	2018 年 05 月活動成果	49