



# 致理科技大學

## 資訊管理系專題報告

### Unique Handwork 手作∞飾品

### Unique Handwork

專題生： 10410147 郭以晴  
10410110 張威瑀  
10410113 韓宜瑾  
10410146 蕭丞竣  
10410157 洪穗婷

中華民國 107 年 6 月

致理科技大學

資訊管理系

畢業專題

Unique Handwork 手作飾品

一〇六學年度

致理科技大學  
專題報告審核書

本校 資訊管理 系（所） 張威瑤

(10410110)、韓宜瑾(10410113)、蕭丞竣

(10410146)、郭以晴(10410147)、洪穗婷

(10410157)

等君所提論文 UniqueHandwotk手作飾品

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 107 年 6 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

106 學年度第 2 學期所撰寫。

專題名稱： Unique Handwork 手作∞飾品

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 110 年 6 月 25 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 107 年 6 月 12 日

# 摘要

專題報告名稱 UniqueHandwork 手作飾品

頁數：78

校系別：致理科技大學資訊管理系

完成時間：106 學年度第 2 學期

專題生：郭以晴、蕭丞竣、張威瑀、洪穗婷、韓宜瑾

指導教授： 曲莉莉老師

關鍵詞：手作飾品、網路行銷、電子商務

電子商務崛起成為全球主流，其潛力不可小覷。本專題研究以特色手作飾品進行銷售及產品推廣為主，提供消費者一個網路銷售平台，且結合臉書及自行架設之網站，利用網路的便利性推廣高品質產品及客製化的服務，以網路行銷為主，研究各種不同的行銷方式並持續在社群平台上推廣必能在眾多商家中脫穎而出，期間經由問卷調查以及 SWOT 分析了解顧客對飾品的感觀、需求以及注重的特質來加以調整，藉此改善經營之劣勢以提升銷售服務滿意度，找出最適合的行銷方法。

本研究針對年輕族群為銷售對象，藉著社群平台持續推廣品牌，更經由問卷研究消費者習慣及市場現況，探討出顧客對客製化商品有高度購買意願，更為了讓消費者能夠深切感受服務的用心，我們跟顧客站在一起，以消費者的觀點來做行銷，提供彈性的客製化商品服務，亦透過網路 24 小時不休息的特性帶來更多便利，在售後服務與顧客滿意度方面更是給予不同以往的消費體驗。

# ABSTRACT

Thesis Title : UniqueHandwork

Pages : 78

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : June, 2018

Degree : The second semester of the 106 school year

Researcher : Chang,Wei-Yu Han,Yi-Jin Xiao,Cheng-Jun Hung,Suie-Ting Kuo,Yi-Ching

Advisor : Chu,Li Li

Keywords : Hand as accessories, Internet marketing, e-commerce

E-commerce has emerged as a global mainstream and its potential cannot be underestimated. This topic research mainly characteristics of hand made jewelry sales and product promotion, to provide consumers a network marketing platform, and combining face book and to set up web site, the convenience of using Internet to promote high quality products and customized services, mainly to Internet marketing, studying a variety of different ways of marketing and continues on community platform promotion will to stand out in many businesses, meanwhile through the questionnaire survey analysis customer more pay attention to the quality to adjust, the research process using the SWOT analysis and understand the senses and the demand of the customers to act the role ofing is tasted, take this to improve the disadvantage of business in order to enhance sales and service satisfaction, to find the most suitable marketing method.

This study aimed at young people as sales object, through the community platform for brand promotion, more through the questionnaire research consumer habits and market status quo, explore the customer customization of products have a high purchase intention, in order to let consumers can deeply feel the service by heart, we stand with customers, to consumer's point of view to do marketing, provide flexible customization commodity service, also the characteristics of online 24 hours without rest to bring more convenience, in after-sales service and customer satisfaction are not careless, temperature is more than other manufacturers

## 誌謝

首先，誠摯感謝專題指導老師 曲莉莉 老師，我們在曲老師細心指導與適時提供建議之下，深入了解到電子商務產業的不同面貌以及其發展，同時也學會使用電商平台來銷售商品，本次專題製作不只是一份研究成品，也從中獲得成就感。

值得一提的是同組夥伴，在專題撰寫過程中，雖然經歷過許多困難，但大家還是一一克服難關，面對問題從不懈怠，勇於發表與解決，實屬難能可貴的經驗，在這段相處時間裡，我們團隊精神的態度及誠實面對自己擔負的責任，才能在時間之內完成我們的專題研究。

郭以晴、蕭丞竣、張威瑀、洪穗婷、韓宜謹 謹致  
致理科技大學 資訊管理 學士班  
中華民國 107 年 6 月



# 目錄

第壹章 緒論 .....	1
第一節 研究背景 .....	1
第二節 研究動機 .....	1
第三節 研究目的 .....	2
第貳章 文獻回顧與探討 .....	2
第一節 網路行銷 .....	2
第二節 飾品配件 .....	12
第三節 創新服務 .....	14
第四節 相關網站分析 .....	17
第參章 研究內容與方法 .....	19
第一節 研究流程 .....	19
第二節 研究方法 .....	20
第三節 SWOT 分析 .....	27
第肆章 研究結果分析與討論 .....	28
第一節 創意飾品產業現況分析 .....	28
第二節 飾品網路行銷分析 .....	30
第三節 網站設計 .....	33
第四節 網路行銷活動成果 .....	34
第伍章 結論與未來展望 .....	37
第一節 結論 .....	37
第二節 未來展望 .....	37
參考文獻 .....	38

## 圖目錄

圖 2-1	電子商務 VS 實體通路.....	2
圖 2-2	新零售崛起，實體店大有可為 .....	3
圖 3-1	研究流程圖 .....	19
圖 3-2	性別百分比圖 .....	20
圖 3-3	年齡百分比圖 .....	20
圖 3-4	教育程度百分比圖 .....	21
圖 3-5	是否有配戴飾品的習慣.....	21
圖 3-6	無配戴原因百分比圖 .....	22
圖 3-7	客製化的飾品配戴意願百分比圖 .....	22
圖 3-8	願意購買價錢百分比圖.....	23
圖 3-9	購買動機長條圖 .....	23
圖 3-10	購買方式百分比圖 .....	24
圖 3-11	飾品購買平台橫條圖.....	24
圖 3-12	購買飾品前注重橫條圖.....	24
圖 3-13	喜好手環線種類百分比圖 .....	25
圖 3-14	消費者喜歡款式橫條圖.....	25
圖 3-15	喜好項鍊種類橫條圖 .....	26
圖 3-16	喜好耳環種類橫條圖 .....	26
圖 4-1	網站架構圖 .....	33

## 表目錄

表 2-1 網路購物與實體店面優缺比較.....	4
表 2-2 各個平台優缺比較.....	6
表 2-3 各種線材比較.....	14
表 2-4 15 至 30 歲人口統計.....	14
表 2-5 目標市場選擇策略的優、缺點.....	15
表 2-6 Bonny&read 飾品網站探討.....	17
表 2-7 Flower.Xun 花&尋飾品.....	18
表 3-1 本組研究之 SWOT 分析表.....	27
表 4-1 競爭者優缺點表.....	29
表 4-2 行銷 4P.....	30
表 4-3 行銷 4C.....	31
表 4-4 手環飾品 SWOT.....	32
表 4-5 架設網站使用軟體.....	33



# 第壹章 緒論

本研究從探討社會環境的變化、科技的發達演進至客製化飾品的改變。本章依序包含研究背景、研究動機、研究目的等節說明。

## 第一節 研究背景

在過去，網路科技未發達前，消費者取得產品資訊主要透過電視、報紙與雜誌，而販賣商品皆以實體店面為主，如果想購買必須親自到店家光顧。但隨著網路科技發達後，個人電腦普及化，年輕世代消費者幾乎依靠網路搜尋、臉書上親友推薦、知名部落客圖文並茂的介紹等。新型態宣傳方式排山倒海改變消費者採購行為與決策，促使不同消費通路的興盛與衰敗，網路商店蔚為風潮，對於生活忙碌的人，即能在家輕輕鬆鬆買到需要或是想要的商品，此外網路商店少了店租與其他支出，因此在價格上會較實體店面便宜，利用網路商店無時差的便利性，在各通路擺上產品，這也是網路商店之所以成功的重要因素之一。

隨著網路發達，許多地區設置 Wi-Fi 提供給用戶使用，消費者使用手機下單的比率因而逐年增高，小丰子(2014)提到電子商務崛起的原因，有五個主要關鍵，上網普及、科技進步、物多價廉、送貨迅速確實及虛實互補整合，而其崛起背後真正的原因其實是科技的發展促使消費型態的改變。換句話說，電子商務的崛起除增加一些電商新貴，並未改變人們消費總金額，顏理謙(2017)說到電子商務若不再進化，只是取代了部分傳統通路，反映著科技進步與社會生活型態改變造成不同消費通路的盛衰消長而已。電子商務，完全取代舊通路一統江山獨大的時代並不會出現。

在現今資訊爆炸時代藉由媒體接觸到網路紅人及偶像明星的機會不斷增加，明星們身上的時尚穿搭影響著年輕消費者，讓年輕人對於飾品的定位不再只是穿搭中不起眼的配角，而是一種流行跟上潮流的象徵物，即使在自身預算有限的情況下，仍會為了跟上流行而選擇購買，因此要如何抓住消費者目光，不斷創新提供多元客製化產品是飾品產業重要的課題。

## 第二節 研究動機

想成功經營商店一定要做好事前分析與規劃，不論是市占率的分析或探討消費者偏好，都是邁向成功不可或缺的關鍵因素。以商店的 SWOT 分析與問卷調查作為日後經營的參考資料，此為本研究動機之一。

網路銷售平台有多種選擇，PChome、蝦皮拍賣、露天拍賣或是自己架設網站，都能帶來客群，從中比較優缺點進而選擇數個優質的銷售管道經營，其中成交的手續費、運費等收費都會挑選對買家最有利的計算方式。此外，批貨方面注意品質，劣質品絕不出售，讓買家買的安心！此為本研究動機之二。

飾品販售有眾多店家，但本商場主打商品著重於客製化，以手環為例：消費者可能因手圍較大或過於瘦小，一般市場販賣的規格不見得適合，為了克服此困難，特別替每一位顧客量身訂做，解決買不到適合手環之困擾。此外，提供飾品材料自由選擇，而非強迫消費者購買商家已搭配好的樣式，此為本研究動機之三。

### 第三節 研究目的

網路科技無遠弗屆，對人類生活產生巨大的變化，但當科技技術到達一定程度反而取代人們很多事情。相對，飾品的銷售服務亦是如此，要製造出成功的產品讓消費者喜愛，必須不斷發掘新產品，才能留住舊客並帶來新客。

本研究目的為以下三項：

目的一、提供創新客製化產品的服務。

目的二、經營社群平台以推廣高品質的商品，增加銷售額及曝光率。

目的三、運用 SWOT 分析及問卷調查，了解消費者對商品的偏好及購買行為。

## 第貳章 文獻回顧與探討

本章主要探討關於電子商務成功原因、網路行銷的技巧、手環材質各種應用、銷售平台優缺點及創新服務。

### 第一節 網路行銷

一、消費者購買形式改變促成電子商務成功

社會迅速變遷，傳統消費模式不再是消費唯一途徑，消費者轉而尋求更有效率的消費模式，「宅經濟」消費模式因應並盛行，林宜蓁(1995)研究提出「宅經濟」主要訴求為不需出門，只要動動手指頭，即能打破空間與時間的限制輕鬆購物(圖 2-1)，網路購物簡化我們原本購物流程，不需到實體店面，只要下單，利用信用卡或便利商店結帳，商品就會寄到家中。



### 電子商務打趴實體通路!?

圖 2-1 電子商務 VS 實體通路

圖片來源：小丰子 3C 俱樂部

Szymanski 和 Hise (2000) 指出透過網際網路，消費者不必出門，同時又可以以低價格進行購物，充分享受購物樂趣。在進行比價後，以感到滿意價格購買需要的商品，因此宅經濟在一波波金融危機中，不但沒有受到衝擊反而逆勢成長，新一批受惠於宅經濟的消費者更如雨後春筍般冒了出來，他們雖足不出戶，卻牽繫著經濟的變動，將戶外消費轉移到「宅內」進行，「宅經濟」因而獲得快速成長，在這種消費型態下，傳統消費型態勢必受到衝擊。宅經濟對現代社會消費模式之影響，是重要的課題。

### 新零售崛起，實體店大有可為

根據調查，實體店舖的銷售業績依然主導整體銷售額。

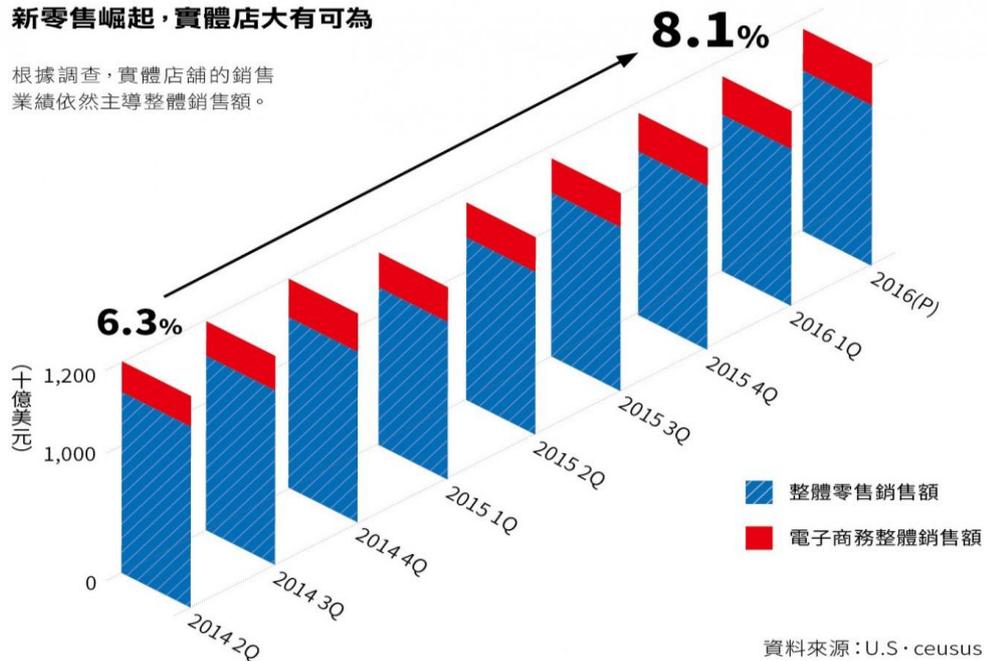


圖 2-2 新零售崛起，實體店大有可為  
圖片來源：數位時代 翁羽汝製作

消費者網路購物數量不斷增加，為找出最根本原因，分析傳統通路與網路購物的優點，如表 2-1。從中得知，消費者最關注的是「時間」問題。不管是學生族群或是上班族，兩者都不易空出時間，而網路無時間與無地區性的限制，剛好滿足此需求。

顏理謙(2017)並不認為網路可以完全取代實體，儘管許多商店因為「宅經濟」勢力崛起而倒閉，但其原因並不是實體商店本身，他認為受到衝擊的是「平庸的零售服務」，它不僅沒有吸引消費者目光，更沒有創新的經營方式。

表 2-1 網路購物與實體店面優缺比較

	網路購物	實體店面
優點	<ul style="list-style-type: none"> <li>☺ 減少搜尋時間</li> <li>☺ 無地區性限制</li> <li>☺ 營運成本低</li> <li>☺ 商品可以一次購齊</li> <li>☺ 價格普遍比實體便宜</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☺ 產品較無色差、品質差異</li> <li>☺ 多有專人介紹</li> <li>☺ 提供售後服務、維修較便利</li> <li>☺ 立即滿足購物慾，無需等待</li> </ul>
缺點	<ul style="list-style-type: none"> <li>☹ 對信譽度較缺乏安全感</li> <li>☹ 無法看到實物，難辨真假</li> <li>☹ 有些未提供保固、售後服務</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☹ 需店租及人事成本</li> <li>☹ 較無法一次買齊全部物品</li> <li>☹ 存在時間跟地理位置限制</li> </ul>

資料來源：本研究組員

## 二、文章內文撰寫技巧

隨著販賣平台、大量社群的數位時代也隨之來臨，擁有一個臉書帳號相當容易，越來越多人想經營粉絲團來宣傳自家商品，但應如何經營粉絲團並得到成效才是關鍵，最重要的行銷力在於文章，文章當主角，被看到、被轉發才能得到有效曝光，就算是單純發了照片，也須在照片旁附上幾行字，因為文字才是行銷的重心，讓觀看者產生認同感，而如何寫出亮眼的標題參閱圖 2-3 對於粉絲的第一印象，「亮眼標題」格外重要，不管商品有多棒，文章多優美，無法在第一時間吸引粉絲的注意力與興趣，會連被看見的機會都沒有。

### 如何寫出亮眼的標題



圖 2-3 如何寫出亮眼的標題

資料來源：隨意窩筆者-金魚不是魚

亮眼標題擬定後，內容首先確定目標，是宣導新產品還是鼓勵粉絲留言討論，如果沒有具體目標對於內容規劃是無實質幫助的，林杰銘(2017)認為一個成功貼文一定少不了行動呼籲，例如要求粉絲們點擊連結、留言分享等，與粉絲玩一個互動的小遊戲，或發佈有意思的內容，並引導粉絲參與討論，又或者是給予選擇讓粉絲進行投票，這些舉動都可以讓粉絲多了不少認同感。

創立粉絲專頁的目的都是以銷售為主，但不使用過多廣告來轟炸粉絲，不讓粉絲專頁變成廣告的聚集地，消費者不喜歡看廣告資訊。真正有技巧的發文是在尖峰時段上發佈吸引人的文章，好的貼文散播力相當快，容易讓粉絲團壯大，粉絲看貼文時第一眼除了標題就是注意圖片，再來才是看文案，如果有比較圖更能吸引注意，而文章內容不需華麗詞藻，但一定要寫進粉絲心中以產生共鳴，跟隨時事亦相當重要，或寫出令人會心一笑的梗或分享精采影片都是非常棒的方式。

貼文想要被粉絲分享不外乎三種要素

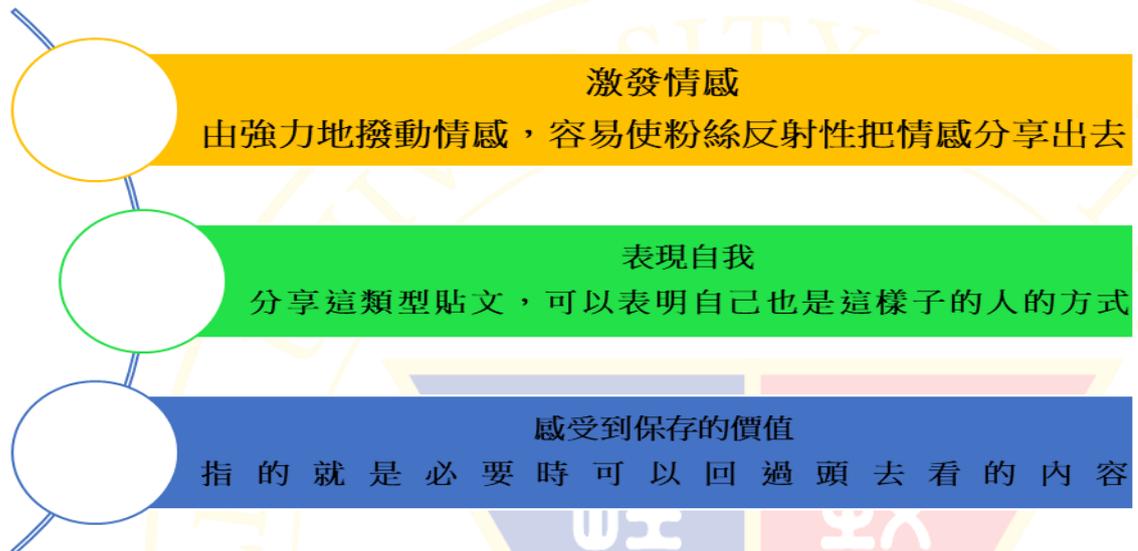


圖 2-4 貼文想要被粉絲分享的三種要素  
圖片來源：本研究組員

貼文能被分享出去的模式有，小步驟的貼文、提供學習或是獲取新知的內容，而圖解的文章更是能讓人一目了然，最厲害的還是美麗與可愛事物，美景與動物照片能夠喚起強烈的同感是貼文被分享出去鐵則。有趣的題材，總能夠讓觀看的人忍不住笑出來，或是其它讓人想吐槽的，最後還有解謎、提問式的貼文，解開謎底的喜悅，希望自己朋友也能夠來試試，都是容易造成迴響的貼文。

### 三 銷售平台優缺點

在銷售平台眾多時代，需經過比較來分析各自優缺點，再選擇要在何處販售商品，整理出了表 2-2

表 2-2 各個平台優缺比較

	優點	缺點
<b>Yahoo!拍賣</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☺ 為入口網站，曝光率較高</li> <li>☺ 同質商品多，可以貨比三家</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☹ 收取費用較多。</li> <li>☹ 長期刊登須收取刊登費，交易手續費 1.49%</li> <li>☹ 賣家需要信用卡認證</li> </ul>
<b>露天拍賣</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☺ 手續費較低</li> <li>☺ 使用人數漸漸增加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☹ 搜尋功能較不完善</li> <li>☹ 無法從 App 上架商品</li> </ul>
<b>旋轉拍賣</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☺ 有社團功能，能匯集相同興趣的人</li> <li>☺ 畫面簡單、分類清楚，容易操作</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☹ 缺乏物流與金流管理</li> </ul>
<b>蝦皮拍賣</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☺ 擁有第三方支付</li> <li>☺ 介面設計簡單明瞭</li> <li>☺ 擁有物流追蹤系統</li> <li>☺ App 下載人數較多</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☹ 對於賣家較無保障，買家可以輕鬆退貨</li> </ul>

資料來源：本研究組員統整

### 四 行銷手法

行銷手法有很多，口碑行銷或廣告，都能夠增加商場與產品曝光率。新手想成功經營網路商店最重要就是「人潮」，人潮多曝光率、觸及率就越高，轉換率就越能輕易獲得。

廣告是一個很重要手法，大家都認為麥當勞有了知名度，不理解為什麼還要持續行銷廣告(林杰銘，2015)，最主要原因分為五個：「持續品牌輸入、市場競爭是激烈的、新品上市、輿論壓力、市場不斷擴大」。圖 2-5 廣告架構圖說明行銷活動過程。

## 臉書廣告

### 1. 提供了強大群眾區隔工具

#### ▶地點：

此功能可以幫助接觸到特定地區內的人。

#### ▶人口統計資料：

用戶年齡、性別、感情狀況、學歷、工作經驗等。

#### ▶興趣愛好：

Facebook 廣告最大優勢是，可以鎖定有特定愛好、興趣的用戶群。

#### ▶行為：

可以透過用戶在臉書上的各種行為，來達到更精準訴求。

#### ▶自訂廣告受眾：

透過 Email、電話號碼或網站流量產生一份自有的廣告受眾名單。

#### ▶類似廣告受眾：

Facebook 找出合現有客戶非常相似的用戶群，挖掘新客戶。

## Bernie's Facebook ads

### ✓ 為自己畫一張廣告架構圖

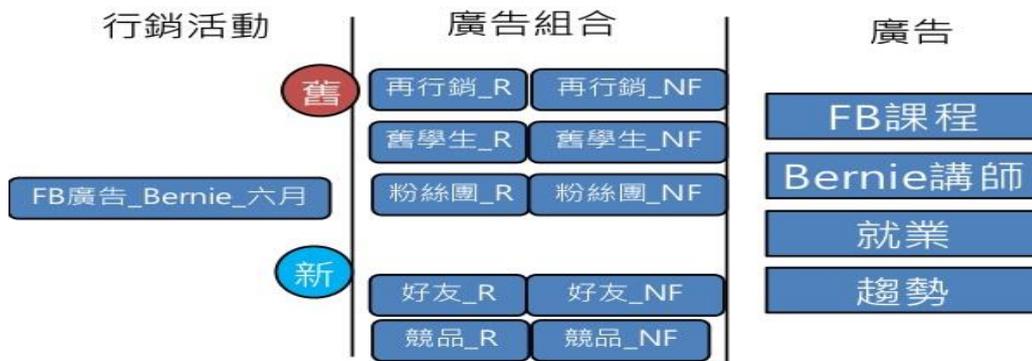


圖 2-5 廣告架構圖  
圖片來源: slideshare

## 2. 再行銷廣告

當顧客第一次來到品牌網站，實際購買者大約只有百分之二十至三十，之後願意再回購的人數比例不低，但是如果沒有操作好再行銷廣告，能夠找到通路回來購買的人就會相對地低。再行銷廣告的流程如圖 2-6 表示。

林杰銘(2016)認為使用自訂廣告受眾來達成，像增加到購物車卻沒有完成結帳、近期末再重複消費、瀏覽過幾個特定頁面的這些顧客，都可以成為自定義受眾。一般來說，再行銷廣告不僅平均點擊率比陌生受眾廣告來得高，就連轉換率表現也來得更好。所以，為了提高 Facebook 廣告效益，除了鎖定特定興趣喜好和特質之外，應針對已接觸過品牌的顧客做為行銷對象。

## 3. Facebook 聊天機器人，行銷自動化好幫手



圖 2-6 再行銷流程

圖片來源：urad 優愛德

林杰銘(2017)認為聊天機器人是一種使用 AI 人工智能自動執行任務的應用工具如圖 2-7，且聊天機器人被使用得越多，它就有更多的學習資料庫，就能呈現更好的應答服務。聊天機器人可應用在許多產業，不僅侷限於網路商店，像是旅遊、金融、娛樂、實體店等。使用聊天機器人不僅可以降低人工回覆的工作，也能建立起另一種溝通的渠道。



圖 2-7 機器人 VS 人

圖片來源: 1111 職涯論壇-行銷企劃

## (一) 抽獎文

冒牌生(2016)說到有問題常在社群經營者之間引起討論，那就是「抽獎到底有沒有效果？」，大部分人常說「抽獎結束，獎項沒了、粉絲也離開了」，但自從 Facebook 調整演算法後，自然觸及早就成為企業粉絲團經營者遙不可及的奢求，所以若能把抽獎操作得宜，也不失為活絡粉絲的好辦法。

抽獎文有各種形式，例如：按讚抽獎、留言抽獎、分享抽獎、訂閱頻道、標語競賽、填空、照片競賽、集思廣益競賽或者是 Q&A 競賽，許多方式可以選擇跟粉絲如何互動。

如何讓抽獎活動文達到效果最佳化三個要點必考量：

### 1. 活動門檻不能太高

常看到，很多粉絲團會號召網友拍影片、上傳照片等，但除非品牌自身號召力很強，否則這類型活動很難達到良好擴散效果，太多繁瑣的過程只會讓事情事倍功半，近期大家認為最方便又有效益抽獎做法是「按讚分享」加上「留言標記兩位好友」，這樣不僅粉絲團讚數提高，給消費者安心的感覺，也能因為標記，而讓更多人看到，曝光率大大提高。

### 2. 點名提升觸及效果

由於 Facebook 按讚、分享功能已習以為常，使用者變得沒有那麼在意，尤其在自己動態時報上看到抽獎資訊時，多半選擇一滑而過，一點也不感興趣，認為他人參加抽獎與自己有甚麼關係？但如果能直接透過「人與人之間直接點名」方式抽獎，被標記到的人會跳出通知，產生即時互動效果，甚至很多時候，點名和被點名者還會在留言區直接聊起天來。這些都能讓此篇貼文達到實質觸及效果。

### 3. 文案要夠短夠直接

Facebook 曾建議經營者提升粉絲團點閱率的辦法，其中一點是「把貼文寫得淺顯易懂」，重點放在前面 3 至 5 行間，盡量把網址擺在讓粉絲不必點擊「繼續閱讀」才能展開更多看完的地方。抽獎文案的撰寫方式也一樣。首段文字可提出「活動辦法」，第二段帶出「活動網址」，第三段「提供驗證機制、提醒參加者」。抽獎最好另做活動頁

Facebook 提供直播功能後，演算法優先順序為：直播>影片>分享連結>圖片>純文字分享。因此，如果想讓抽獎活動達到最佳宣傳，最好做到「另行製作活動頁」再透過「直播」宣傳向粉絲分享連結，讓抽獎活動更迅速被觀眾看到，不只讓粉絲即時參與，也能增加互動感。

### (三) 貼文方式選擇

#### 1. 擅用 Self-Explanatory Pictures 直覺性圖片

(Steven Kuo, 2013)根據 Kissmetrics 調查整理出一篇文章，發現使用圖片的貼文能夠取得比連結或純文字貼文高出 53%的按讚數、104%的評論及 84% 的點擊率，如圖 2-8。

另外圖片素材選擇也非常重要，外國許多文章都建議貼文時應選擇直覺性的圖片，測試發現，發表貼文時若使用簡單易懂的圖像，能比抽象的圖像取得更多粉絲互動。

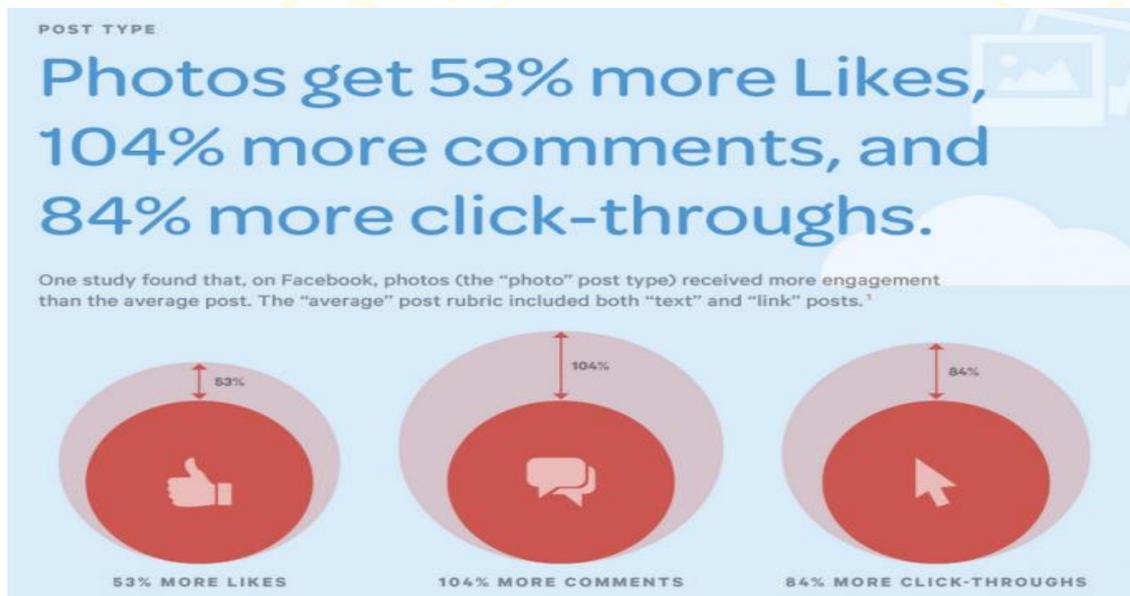


圖 2-8 圖片廣告  
圖片來源：WIS Blog

## 拿捏好貼文的篇幅長度

不同的社群在撰寫文章與使用上都有不同特性。以 Twitter 為例，短篇幅的文章只是方便分享與閱讀，當貼文維持在 80 個字元以下時可以提升 66% 的互動，而 Facebook 則是撰寫篇幅較短的貼文能夠提升 23% 互動，且長度在 70 字元以下時通常就能得到與粉絲較佳的互動率，這也是為什麼 Facebook 圖片貼文較其他形式的文章受歡迎的原因。

## 2. 掌握分享貼文最佳時機

行銷人員花很多心力在內容撰寫上，卻忽略發文時間點的重要性。不難發現最佳的互動時機都接近每個週末，尤其在週四及週五的互動比率能夠比平常高出 18%，而週一到週三的貼文觸擊率大約會低於平均的 3.5%，推論得出愈少人想工作時，就愈多人賴在 Facebook 上。

## 3. 要求、疑問式貼文

一個成功 Facebook 貼文一定少不了明確的行動呼籲，像是要求粉絲點擊連結、加入會員、留言分享想法或參加活動等。提出自身要求是讓訊息更明確方式之一，但沒辦法指望別人一定會執行我們給的「任務」，甚至輕易地就會購買產品。真正引發參與度和成功回購的關鍵還是得回歸本質，了解粉絲想要的到底是什麼，並加以塑造。

另一種是在貼文時使用疑問句，這也是促成粉絲互動的一種方式，但要使用哪種疑問句可是大有學問，最受歡迎的疑問句如圖 2-9 像是「認為」、「哪一個」、「誰」、「什麼時候」都是能夠將問題侷限在某幾種簡單答案的方式，更能吸引粉絲回覆，相反地像是「為什麼」、「如何」這樣的疑問句往往會因為問題過廣而較少粉絲願意回覆。



圖 2-9 圖片廣告範例  
圖片來源：創億學堂

## 第二節 飾品配件

### 一、手環材質比較

在市面上能看到的線材有非常多，不論是蠶絲蠟線、韓國絨、中國結線或是皮繩等每個材質都各有優缺點，每個線材編織出來的成品也不盡相同，以下將介紹幾種線材：

#### (一) 蠶絲蠟線，如圖 2-10



圖 2-10 蠶絲蠟線  
圖片來源：Creema

蠶絲蠟線是由進口蠶絲線與蠟搓合而成，可以下水、不會過敏、也不會發臭，甚至可戴著洗澡。天然蠟油脂中的成份可使絲線下水後更加鮮艷亮麗，蠶絲蠟線耐磨、耐髒。比一般中國結線材、皮繩更為實用。因為蠟線上面有一層白蠟，有些賣家會建議買家先泡熱水後再配戴，適合長期配戴且不過敏。

#### (二) 蠟繩圖，如圖 2-11



圖 2-11 蠟繩顏色比較  
圖片來源：LiLi 飾品配件批發

常見的蠟繩為紡織類，特別是以植物紡織品為主，比如棉蠟繩、麻蠟繩，都是較常用。而棉繩和麻繩因本身是植物材料，毛細現象較為明顯，吸水性強，因此上蠟較為容易。繩帶上用的蠟有分乾劑和水劑，根據不同的需求而用。蠟繩又稱衝浪繩、仿皮繩，屬於天然線材，配戴久容易有歲月的痕跡，比如毛燥、色澤變得黯淡等。

### (三) 韓國絨

韓國絨，如圖 2-12 是布料的一種，又稱為人造麂皮，為人造布料。韓國絨染色後形成五顏六色的各色布料，然而，韓國絨的色牢度並不好，遇到水會有掉色或污染其他布料的問題。沒有做基礎「防水」處理前，韓國絨因為色牢度較差，所以碰到水後比較會有掉色問題。

每批線材的色牢度多少有點差異，不同的顏色，其色牢度也有不同，做過基礎「防水」處理後，韓國絨還是會直接接觸到水份，但是比較不會掉色，因為表層沒有任何防護層，所以如果長期碰到水，還是會被水浸透。



圖 2-12 韓國絨  
圖片來源：痞客邦

根據網路上的資料以及經過優缺點分析後統整出表 2-3 各種線材比較。

表 2-3 各種線材比較

	蠶絲蠟繩	蠟繩(衝浪繩)	韓國絨
韌度	中等	較好	較弱
防水性	完全防水	稍微防水	不防水
鎖色度	不退色	久會退色	較易退色
耐髒度	最佳	較差	最差
編織樣式	較多樣	較少樣	中等

表格來源：本研究組人員

這次主要選擇的線材，是蠟繩及韓國絨為編織線材，編織方法較簡易，也能將這兩種線材綜合做出變化，讓顧客可以有多样化的選擇，簡單不失質感。

## 二、消費者結構分析

15 至 30 歲的消費者，較喜愛配戴飾品，再加上情侶之間也會配戴飾品作為定情物，將目標客群鎖定為 15 至 30 歲人口，15 至 30 歲總人口將近 500 萬人口及男女比例如下表 2-4。

表 2-4 15 至 30 歲人口統計

	15~19 歲	20~24 歲	25~29 歲	30~34 歲
男性	747,320	834,607	829,814	895,355
女性	687,456	773,542	772,223	892,212
總計	1,434,776	1,608,149	1,602,037	1,787,567

資料來源：內政部戶政司(105 年底)

## 第三節 創新服務

「客製化」，根據客戶需求進行訂製，使一個標準化產品進行改變，滿足其需要，不論是材料替換、或是額外加入特殊功能，皆能提供顧客一個更完整的產品組合。

近年來，經濟社會變遷快速，個人化的產品、設計、包裝與交貨等客製需求逐漸增加，大量客製化因應而生，期望能讓顧客以標準化產品的價格，滿足其客製化的需求。

以下列分述客製化的優、缺點：

## 優點

### (1) 節省時間、賓主盡歡

可將顧客上一次訂貨時，所給予的個人資料做紀錄，下次下單時，只需告知此次的需求，並確認送達地點，無須再次告知地址、電話等其他資料，如此可省下的時間相當可觀，也替客人省下不少時間，這就是客製化好處。

### (2) 掌握顧客、掌握市場

紀錄顧客的購買資料能掌握顧客的需求與喜好，有助於對目標市場的分析。亞馬遜書局曾發表：「我們賣的不是書，是服務」，每一次會員登入時，亞馬遜書局就會給予根據之前買的商品屬性，延伸推薦其他產品的資訊。除了方便客人快速獲得資訊外，也增加公司成功推銷商品的機率。

### (3) 增加差異、創造獨特

用各種客製化的商品和服務來滿足客戶需求，除了增加自家商品在市場的差異化外，客製化發展也可以提高自家產品的獨特性，了解顧客需求後，就能針對主要市場的需求設計新的產品，如此可避免陷入市場削價競爭，此為企業經營的長久之計。

## 缺點

需手工製作，投入大量的人力成本，需考量產出貨品的失誤率、回收率及修改率，都可能會出需要退貨、補貨及維修等等，故成本高、風險也大，表 2-5 說明目標市場選擇策略的優、缺點。

表 2-5 目標市場選擇策略的優、缺點

	優點	缺點
無差異策略	規模經濟降低成本	無法滿足不同消費者之需要
差異策略	滿足不同消費者之需要、高市佔率	成本高、力量分散
集中策略	集中資源全心投入	無法分散風險
顧客化行銷、微行銷	特定顧客之需求滿足程度高	成本高、風險大

資料來源：础豚魯

### (一) 個人化和客製化的差別

- 1.個人化基本上會比客製化還要具有獨特性或差異性(difference)。
- 2.個人化需求使用者有較高程度，客製化則不用，所以其產品差異性較高。
3. Ted(2005)認為個人化主動的去設定，客制化則是被動的選擇。

能力雜誌(2016)寫到企業保持永續經營之道就是要不斷創新，無論是從產品本身、服務、技術或是行銷等，所提供的創新服務要讓競爭者的腳步無法跟上。企業更應不斷地創新與管理，以選擇適合之客製—標準化程度創新策略，來保持本身的競爭優勢與領導地位，並透過新產品來做為企業利潤的原動力。因此，創新服務所選擇市場策略能否被成功的商業化將是企業在產品創新上的重要考量。



## 第四節 相關網站分析

在架設網站過程中，找了兩組競爭對手來分析各自的優缺點，列表 2-6、2-7，便於架設網站以及行銷方法做為參考，並從中學習一些技巧。

表 2-6 Bonny&read 飾品網站探討

Bonny&read 飾品	
	
網站特色	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 封面多放 GIF 動態圖為主</li> <li>2. 整體簡單、乾淨</li> <li>3. 優惠情報一目了然</li> <li>4. 結構清爽不過於複雜</li> </ol>
商品定價	價格均在 100 元左右，但會有不定時的熱銷五折優惠
商品定位	多以金銀色的精緻氣質款式為主，飾品較為成熟
臉書貼文內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 常分享與女性時尚有關話題</li> <li>2. 運用影片分享來顯示產品的優點</li> <li>3. 偶爾分享 kuso、有趣或是有小秘訣的影片</li> <li>4. 開直播跟粉絲聊聊產品</li> <li>5. 配合各大節慶特價、滿額送贈品</li> <li>6. 每天都會至少發三、四則貼文增加曝光</li> <li>7. 小編會與粉絲互動</li> <li>8. 文章多用誇張語詞以及疑問句提問</li> </ol>

資料來源：本研究組人員整理

表 2-7 Flower.Xun 花&尋飾品

Flower.Xun 花&尋飾品	
 <p>flowerxun1225 <span style="background-color: #0070C0; color: white; padding: 2px 5px;">追蹤</span></p> <p>503 則貼文   1,107 位粉絲   正在追蹤 4,021 人</p> <p>Flower.Xun 花&amp;尋飾品全館超取免運中 後來客人問Xun是什麼意思呢？只是形容不停找東西的發音「尋」我只是很喜歡花，也很喜歡花時間尋找材料，然後做作手工飾品 療癒妳 出貨採用ezship貨到付款(沒有711 ✗) 全家萊爾富ok免運費 訂購 @bug4103j(比較快) 小盒子常漏訊 📧 ✓✓✓線上購物按網址 buy.ezship.com.tw/apil</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">    </div>	
網站特色	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 排版方式清楚一致</li> <li>2. 網站首頁較凌亂</li> <li>3. IG 商品特色較網站介紹詳細</li> <li>4. 下單方式簡單快速</li> </ol>
商品定價	價格差距大約 180 元至 900 元
商品定位	款式皆為編織品，多種特性及款式。
IG 貼文內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 頁面有特別排版</li> <li>2. 發文頻率規律</li> <li>3. 與粉絲互動良好</li> <li>4. 新品持續上市</li> <li>5. 清楚的宣傳優惠活動</li> <li>6. 提供折扣頻率高</li> </ol>

資料來源：本研究組人員整理

# 第參章 研究內容與方法

## 第一節 研究流程

在本研究之研究流程，如圖 3-1

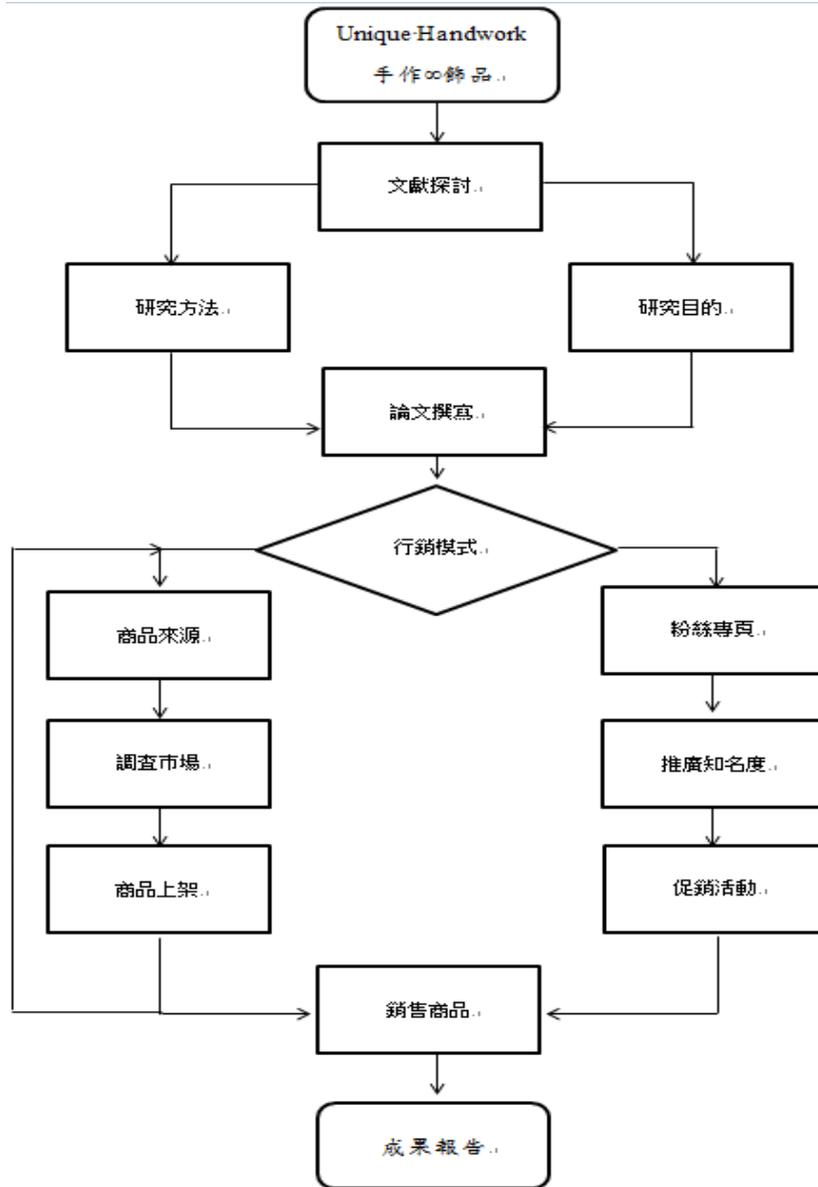


圖 3-1 研究流程圖

圖片來源:本研究組人員

探討專題過程中，須先明白動機與目的，才能使其順利進行，銷售商品一定要明白顧客的喜愛。因此透過問卷調查，整理出資料的結果，以確立商品的販售方式與策略。

## 第二節 研究方法

本研究方法採取問卷調查法，在問卷中第一部分為基本資料，第二部分為顧客對於飾品的消費習慣，藉由此問卷來了解消費者消費習慣。

### (一) 問卷分析方法

本研究以問卷調查法，進行資料收集，消費者行為問卷發放時間為 2017/11/14 至 11/21 日止，樣本數共計蒐集 203 份數，以下為本研究問卷發放之分析結果：

#### ● 基本資料

顧客性別：

男生比例 43%

女生比例 56.2%

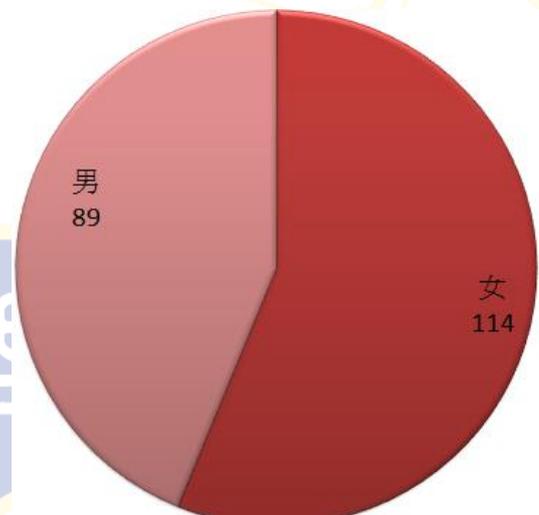


圖3-2性別百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

顧客年齡：

15歲以下 1%

16至20歲 54.2%

21至30歲 36%

31至40歲 5%

41歲以上 3%

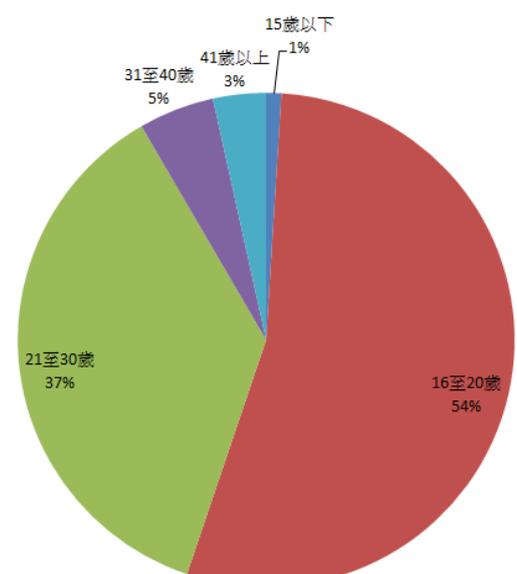


圖3-3年齡百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

顧客教育程度：

大學/專科 86.7%

高中職 11%

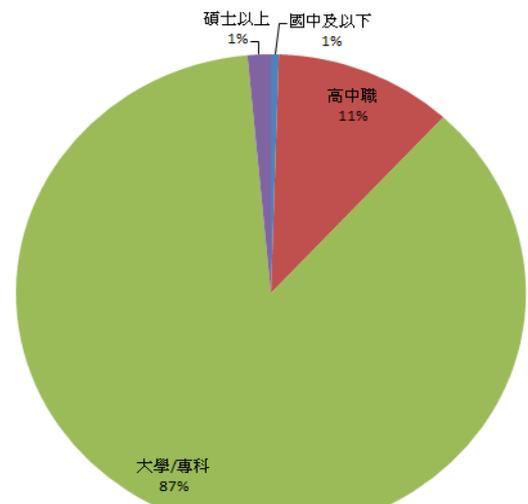


圖3-4教育程度百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

● 關於飾品

是否有配戴飾品的習慣：

有 49%

無 51%

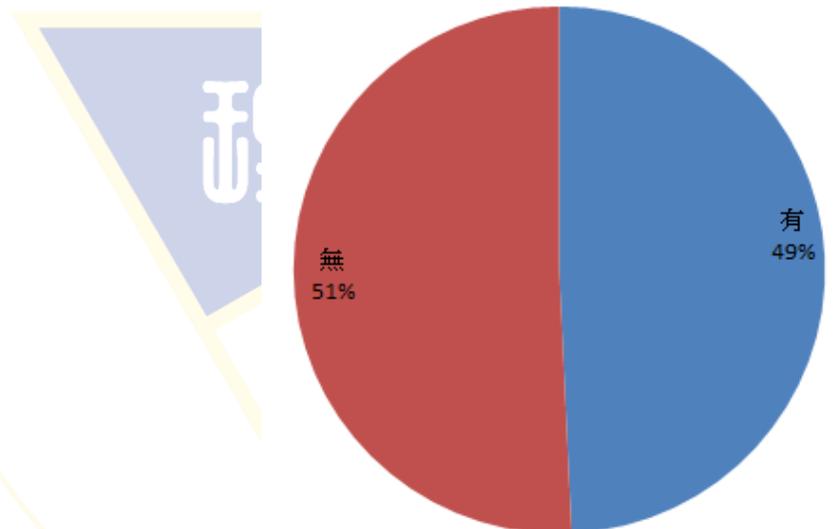


圖3-5是否有配戴飾品的習慣  
圖表來源:本研究組人員

無配戴飾品的原因：

找不到適合的飾品 32%

不喜歡手上戴有飾品 26%

工作緣故不允許配戴 42%



圖3-6無配戴原因百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

如果客製化幫您訂做屬於自己的飾品 您會想配戴嗎：

會 85%

否 15%

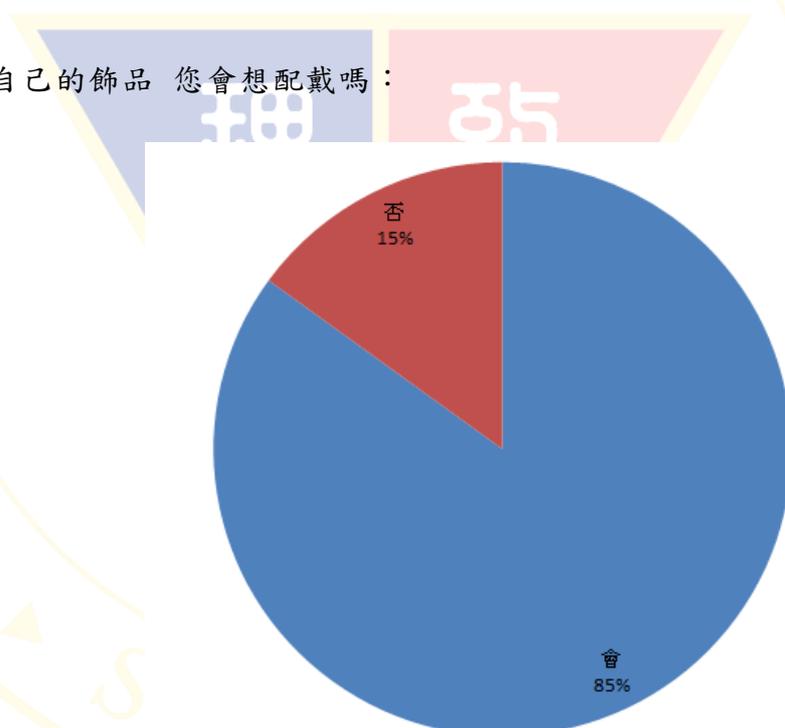


圖3-7客製化的飾品配戴意願百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

願意花多少錢購買飾品：

301 元以上 47%  
201 至 300 元 28%  
100 至 200 元 16%  
100 元以下 9%

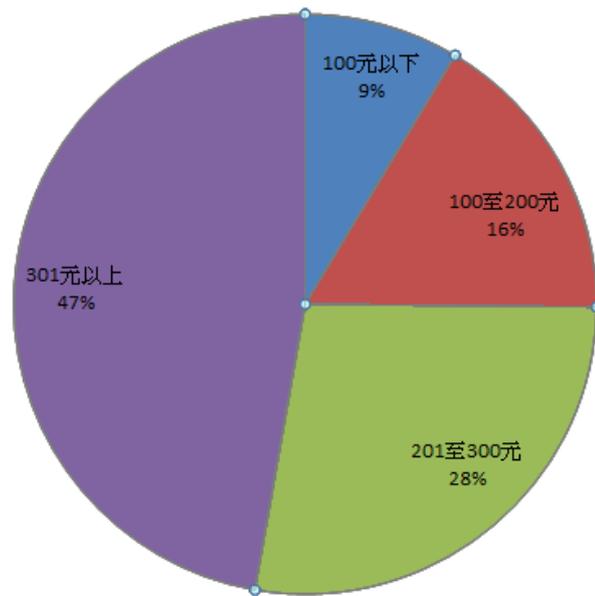


圖3-8願意購買價錢百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

請問您購買飾品的動機為何：

自己配戴有 144 人  
送親朋好友 82 人  
作為定情物 62 人  
其他 3 人

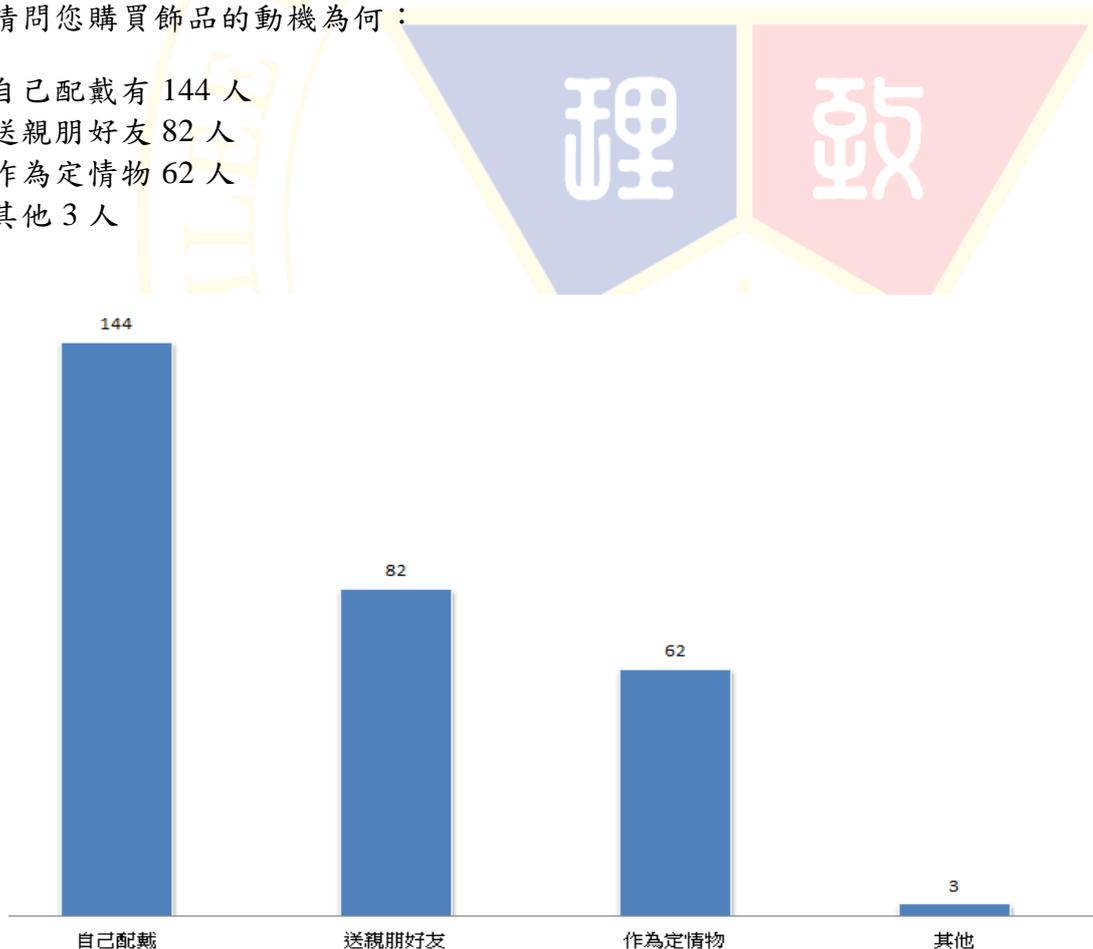


圖3-9購買動機長條圖  
圖表來源:本研究組人員

平常購買飾品的方式為：

網路購物 43%

實體購物 57%

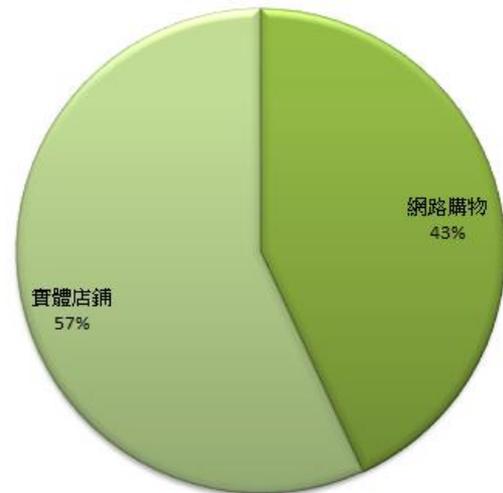


圖3-10購買方式百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

通常您在那些平台購買飾品：

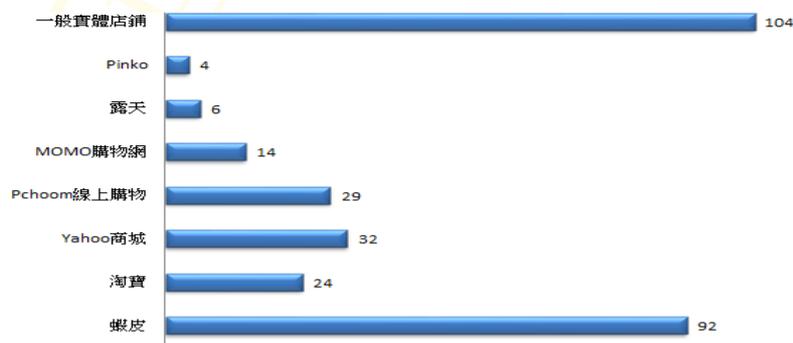


圖3-11飾品購買平台橫條圖  
圖表來源:本研究組人員

購買飾品前注重：

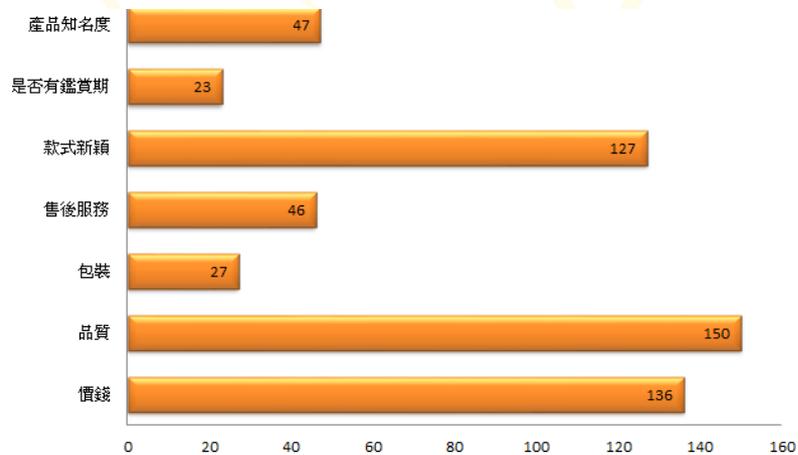


圖3-12購買飾品前注重橫條圖  
圖表來源:本研究組人員

關於手環喜歡的繩子種類：

韓國絨 47%  
衝浪繩 33%  
玉線 10%  
棉繩 10%

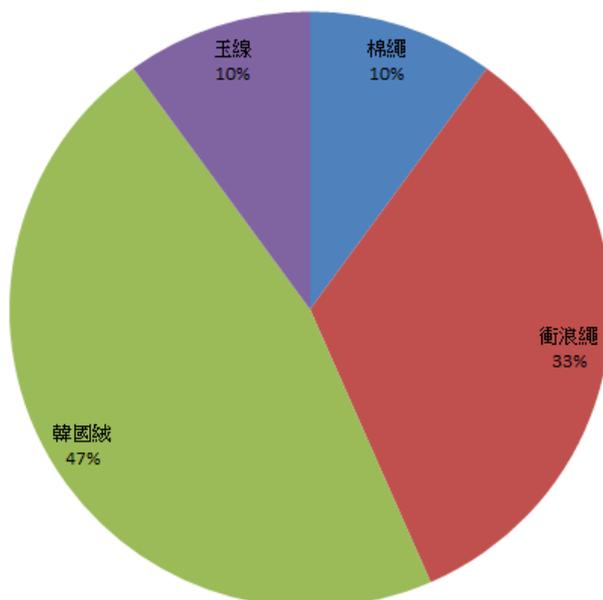


圖3-13 喜好手環線種類百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

關於手環喜歡的款式：

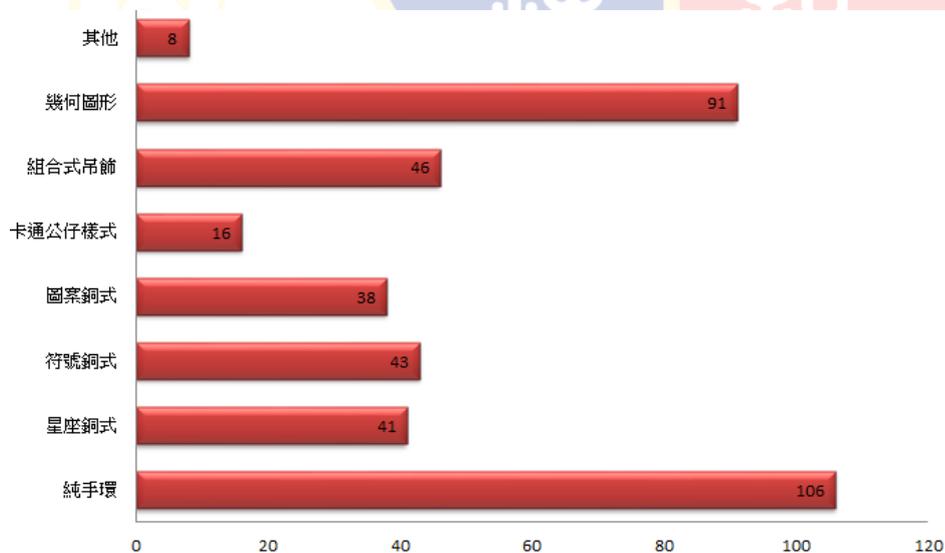


圖3-14 消費者喜歡款式橫條圖  
圖表來源:本研究組人員

關於項鍊喜歡的款式：

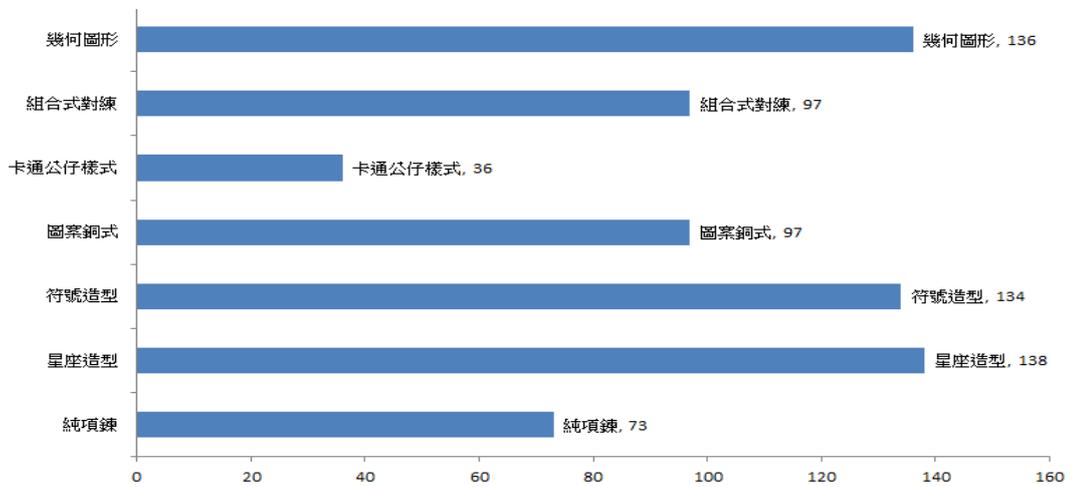


圖3-15喜好項鍊種類橫條圖  
圖表來源:本研究組人員

關於耳環喜歡的款式：

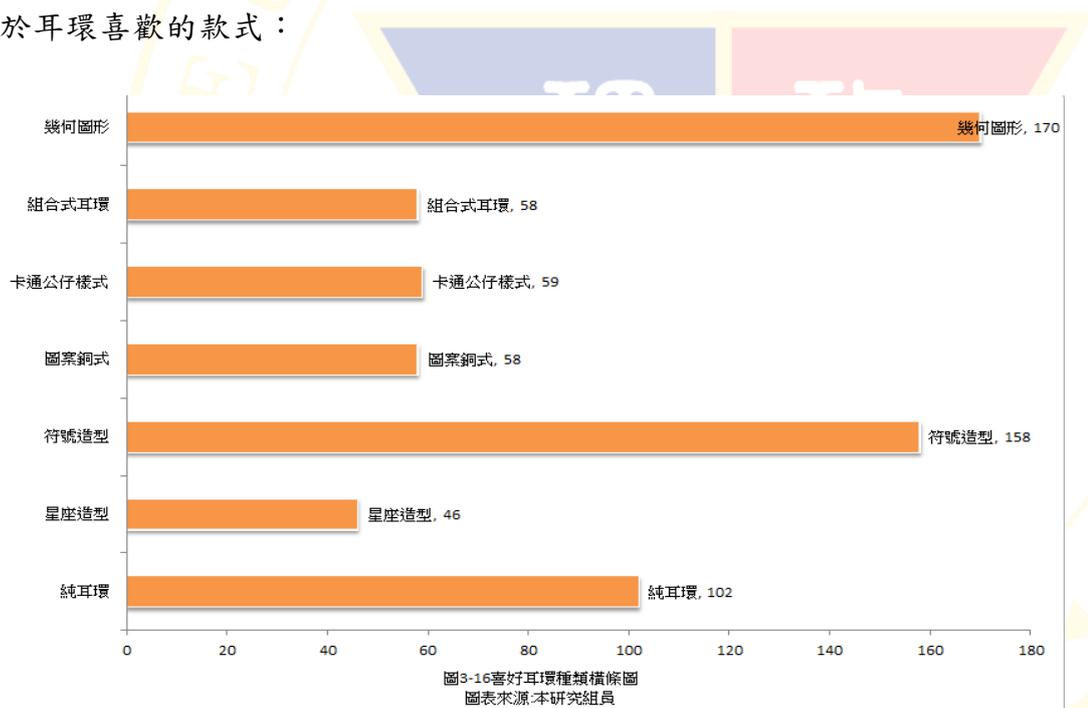


圖3-16喜好耳環種類橫條圖  
圖表來源:本研究組人員

## (二) 使用者行為分析

據調查了解，主要目標客群為 16 歲至 20 歲的消費者，21 至 30 歲為次要客群，當中是否有配戴飾品的習慣各占一半，無配戴飾品的原因除了工作不允許配戴之外，更是因為找不到適合的飾品，如特別幫這些客群訂製飾品，配戴意願相當的高。金額方面，顧客願意花費在飾品上的價格普遍在 200 元左右，而購買習慣方面，網路購物佔近一半，和一般實體店鋪是不相上下。

購買飾品時顧客最注重的三項，價錢、品質、款式是否新穎，皆為研究最主要的目的，手環上純手環以及幾何圖形是消費者比較喜愛的，另外研發更多不同的編織方式也是提升客群的方法。

## 第三節 SWOT 分析

SWOT 分析，藉以瞭解本研究優勢所產生的機會及因劣勢所產生之威脅如表 3-1 所示。

表 3-1 本組研究之 SWOT 分析表

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 提供客製化的服務</li><li>2. 吊飾與線材多樣化選擇</li><li>3. 價格較其他競爭對手平價</li><li>4. 造型可愛能吸引比較年輕族群</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 知名度沒有其他競爭對手高</li><li>2. 商品未能推廣出去</li></ol>
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
<ol style="list-style-type: none"><li>1. 產品可不斷推陳出新</li><li>2. 款式較多能吸引不同風格客人</li><li>3. 產品選擇多，可在一個商場中買齊</li><li>4. 與其他性質賣場比較，價格相對低</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. 競爭對手多</li><li>2. 編繩已為非主流商品</li></ol>

資料來源：本組研究人員

SWOT 分析後發現需要改進的地方。例如，知名度不夠，商品也相對較推廣不出去，因此一套解決方法為，待商品上架較齊全後開始投放廣告、推廣並持續優化網站。賣場中多屬於低價高品質的產品，吸引力一定會比其他競爭對手高出不少，只要廣告投放成功，讓消費者看見，劣勢與威脅就會有大大的改善。

## 第肆章 研究結果分析與討論

第四章主要透過所有研究方法，來探討專題研究結果與分析。

### 第一節 創意飾品產業現況分析

隨著文創產業市集出現，越來越多手工作品牌如雨後春筍不斷地冒出但也面臨了巨大的瓶頸，眾多品牌卻無法讓消費者了解到彼此之間的差異，「創意市集」作者王怡穎曾提到，台灣的創意市集比亞洲其它國家更早興起、因此較為成熟。雖然目前台灣的創意市集傾向於過度商品化、商業化，若能擺脫此惡性循環，台灣創意市集發展空間是無可限量的。

#### 一、飾品產業市場區隔分析

市場區隔最主要是為了精準的鎖定顧客，但重要的是要去瞭解消費者而不僅僅只是區隔。當能瞭解消費者的價值觀、對品牌的看法、並去瞭解如何才能誘發對自家商品產生渴望，才會使自家產品邁向成功之路。

circle(2012)在文章內提到，傳統行銷理論中區隔消費者市場的基礎，通常分為四個部分：

地理變數(geographic variables)  
人口統計變數(demographic variables)  
心理變數(psychographic variables)  
產品相關之行為變數(behavioral variables)

後來 Kotler (2000) 也提出了理論，將市場區隔化的變數分為二大來源：消費者特徵包括地理、人口統計與心理三類變數。消費者反應變數包括使用時機、利益尋求、品牌與忠誠度等行為性變數。

#### 二、飾品產業成功關鍵的要素分析

經營飾品店與經營其它類型的商店不同，因為飾品還不是人們的必需品，是屬於附屬品，因此銷售的難度比其它商品都來的困難，但最近飾品的發展越來越好，很多女生喜歡在身上加個小飾品，不僅讓搭配看起來更有層次，也會因為看到可愛的東西而使心情好。

邱啟紋(2010)提到根據 i.Q 線上調查網估計，台灣每年禮品市場可達新台幣 5 千億。禮品公司如果想在競爭激烈的市場中脫穎而出，就需要有與眾不同的創意。有些人會到賣場中去找，但這樣耗時耗力的工作，比較難找到適合店家風格的獨特禮物。

想要在中市場中佔有一席之地，最不可少的當然還是行銷，行銷要有技巧，才能讓顧客看到，想要行銷的好除了投放廣告給正確的受眾還要寫出圖文並茂的文案，抓住顧客的心、使用較吸引人的字眼並適當加入表情符號，讓整個文章看起來不會枯燥乏味，增加他們想去看下去的意願，當曝光率逐漸提高後就會帶來人潮，當越多人觀看賣場的同時，訂單的交易量就有機會大幅提升。

### 三、飾品產業競爭者分析

競爭者分析主要是為了瞭解不同的品牌與我們之間的差異，熟知競爭對手的優缺點，才能搶先對手並且了解到市場上顧客的需求，進而推出更好品質的商品以及服務給我們的消費者，這次我們找出了三家飾品的廠商分別為 Boney and read，Vavanza Accessory 以及 SNATCH Store。

表 4-1 競爭者優缺點表

競爭者品牌	優點	缺點
Boney and read	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主打 2018 全館免運費</li> <li>● 多款正韓貨品</li> <li>● 中價位的飾品</li> <li>● 配合季節推出新品配色</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 少有促銷活動</li> <li>● 無客製化飾品</li> </ul>
Vavanza Accessory	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 主打銀飾飾品</li> <li>● 有做客製服務</li> <li>● 有推限時特價</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 價格偏高價</li> </ul>
SNATCH Store	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 賣家有獨特的風格</li> <li>● 用心經營社群網站</li> <li>● 主打平價歐美風格飾品</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 產品過於廣泛</li> <li>● 無客製化飾品</li> </ul>

圖表來源：本研究組人員

以上三家廠商都有專屬品牌故事，價格從低價位到高價位均有，但綜合以上發現缺少了客製化飾品的部分，藉由上章節問卷發放台灣的消費者其實是找不到自己合適的飾品配戴，如果願意幫他們做屬於自己特色的飾品，顧客是能夠接受配戴的，品質、款式新穎都是消費者注重，藉由學習其他廠商的優點並且能夠改善其缺點。

### 四、飾品產業未來發展的趨勢分析

對於飾品產業發展走向分別為四個趨勢，第一飾品配飾化，越來越多飾品產業攜手服裝產業合作去創造一個雙贏的局面，伴隨著時尚的潮流服裝業和飾品產業融合，已成為飾品行業的一個趨勢，開始透過不同的媒介來做發展，第二飾品品牌化現在的市場已呈現兩極化，一方是自己具有研發能力的大廠牌，有高知名度的廠商再來就是大多數的中小飾品產業，受到外部市場衝擊以及自身競爭力不足，所以發展品牌化是相當重要的趨勢，第三飾品電商化，一般顧客除了在實體店鋪購買外再來就是網路平台，經營網路平台是必須的，第四市場的細分化，雖然現在飾品行業受到大環境的影響，但強勢的品牌並沒有停下自己的腳步，他們積極的去擴張更多更好的產品，市場逐漸細分這也是未來飾

品產業的一項發展趨勢。

## 第二節 飾品網路行銷分析

一件商品要成功，推廣絕對不能少，隨著人手一機的社會，人人都可以透過網路來購買商品，電商的市場越戰越激烈，要怎麼在眾多廠商中脫穎而出，考驗著經營團隊自身的經驗專業以及對於網路行銷的概念。

### 一、飾品網路行銷現況分析

現在每一家飾品廠商在網路幾乎都有屬於自己的官方網站，透過各種方式讓自己的商品能夠使顧客看到並且提升商品的購買率，實體店面上推銷打得激烈，在網路行銷也打得火熱。

#### 1. 經營社團軟體

廠商努力透過自有媒體經營如 Instagram, Facebook, 小編的方式讓顧客覺得親切可以接近，透過文案撰寫吸引粉絲產生共鳴，在社團軟體上除了文案，也推出活動文最主要的目的就是提升飾品的曝光率。

#### 2. 經營關鍵字

有些廠商不買廣告而是經營 SEO 搜尋引擎優化，讓自己的網站的排名能夠越前面越好，進而取得高的流量，有時在網路上搜尋某些特定關鍵字，就可以找到。

#### 3. 找網紅代言

讓自家產品出現在擁有眾多愛好者的網紅身上也是一種方式，會讓人覺得是流行的商品，但這種方法費用也會相對的高。

### 二、飾品網路行銷策略分析

飾品的推廣採取了行銷 4P，行銷 4C 以及我們的網路行銷策略，藉由這些手法來提升顧客對於產品的購買率，首先要瞭解到屬於自身的優勢有哪些。

#### 行銷 4P

表 4-2 行銷 4P

<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>產品</b> 有多樣的公仔及吊飾可以搭配手環及頸鍊，耳環方面也提供各種耳針及耳夾提供消費者挑選。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>通路</b> 客製化商品於蝦皮商城上供顧客選擇，且設立官方網站，提供更詳細的資訊。</li></ul>
<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>價格</b> 客製化手環定價為 189 ~ 298 元，耳環定價為 59 ~ 124 元，其餘飾品類商品定價為 59 ~ 79 元。</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>● <b>促銷</b> 不定期舉辦折價活動，來吸引消費者，也推出消費滿額集點活動，來回饋喜愛我們商品的顧客。</li></ul>

圖表來源：本研究組人員

表 4-3 行銷 4C

<p>● <b>消費者的需求與慾望</b> 我們提供許多客製化的吊飾及公仔，讓不同的顧客群可以選擇自己喜愛的吊飾，自由的選擇及搭配。</p>	<p>● <b>消費者願意付出的成本</b> 提供客製化的商品，讓顧客能夠挑選自己喜歡的樣式作為搭配，不必再跑許多店家，尋找想要的搭配，節省時間成本。</p>
<p>● <b>購買商品的便利</b> 透過網路商店，讓顧客可以直接在網路下單，直接送到附近的便利商店。</p>	<p>● <b>溝通</b> 有官方網站的意見箱及 Line 的官方帳號能與顧客溝通，並加以改進。</p>

圖表來源：本研究組人員

### 網路行銷策略

網路行銷策略採取了經營自有媒體的方式，透過貼文吸引粉絲，讓更多人可以認識到我們，平時透過時事貼出相關的貼文引發共鳴，最重要的商品透過社群軟體讓追蹤的粉絲可以第一手獲得資訊，策略前期是讓曝光率可以有非常大的提升，先讓大眾知道 Unique Handwork 這家品牌，有了粉絲除了活動文之外，透過投放 Facebook 的廣告吸引更多的人知道，中期為了留住粉絲群需要維持一定的發文量，並且了解粉絲們喜歡的內容以及最重要是發文的時間，如果粉絲看不到的話就沒有效果，後期主要是持續推出更多更有品質的商品及服務給粉絲。

### 三、飾品產品生命週期分析

關於飾品產品生命週期分別為四個階段，導入期、成長期、成熟期及衰退期不同的階段應該採取不同的策略來增長飾品的銷售以及對市場上的佔有率。

#### (1) 第一階段：介紹(導入)期

產品從設計直到投入市場進入測試階段。

#### (2) 第二階段：成長期

當產品進入導入期，銷售取得成功之後，便進入了成長期。

#### (3) 第三階段：成熟期

產品走入大量生產並穩定地進入市場銷售，經過成長期之後，隨著購買產品的人數增多，市場需求趨於飽和。

#### (4) 第四階段：衰退期

產品進入了淘汰階段。隨著科技的發展以及消費習慣的改變等原因，產品的銷售量和利潤持續下降，產品在市場上已經老化，不能適應市場需求，市場上已經有其它性能更好、價格更低的新產品，足以滿足消費者的需求。

在導入期飾品的銷售量偏低，利潤扣除成本後獲利相當小，購買者也是偏好新奇的顧客，在這個階段採取行銷的方式讓更多的人可以看到品牌並且投放廣告讓曝光率大增，產品以基本款為主。

成長期來店人數大量增長後相對地競爭者也逐漸變多，為了留住顧客必須推出更多有品質的產品，追求最大市場的佔有率，價格方面也採取滲透的方式追求市場的佔有率，這個時候產品要增加種類以及服務的保證。

到了成熟期必須讓顧客有品牌忠誠度，除了繼續保持市場佔有率外，價格方面採取競爭性的策略，更加密集的行銷產品建立品牌間的差異，提供差異化及多樣性的產品讓顧客有多種選擇。

最後到了衰退期要排除不合適的產品，挑除銷售量不佳的產品並且維持好的產品的數量，把資金集中到主力商品度過衰退期。

#### 四、針對手環類飾品 SWOT 分析

此章節針對手環飾品做了 SWOT 分析表

表 4-4 手環飾品 SWOT

<p>優勢 (Strengths)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 手環不同樣式材質</li> <li>2. 定價範圍廣泛</li> <li>3. 樣式多變</li> <li>4. 成本低，利潤高</li> <li>5. 手環編法多，可提供客製化選擇</li> </ol>	<p>劣勢 (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 需要一定的知名度較易販售</li> <li>2. 產品研發需要一定的成本與創意</li> <li>3. 網路上易搜尋教學</li> <li>4. 顧客手圍不同大小</li> </ol>
<p>機會 (Opportunities)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 販賣通路多</li> <li>2. 戴手環的人越來愈多</li> <li>3. 客製化產品興盛</li> <li>4. 老幼婦孺皆可配戴</li> </ol>	<p>威脅 (Threats)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 賣手環店家多</li> <li>2. 商品能見度低</li> <li>3. 手環為主觀產品</li> </ol>

圖表來源：本研究組人員

### 第三節 網站設計

#### 一、 網站架構圖

在本研究中，做了網站架構圖，如圖 4-1 所示

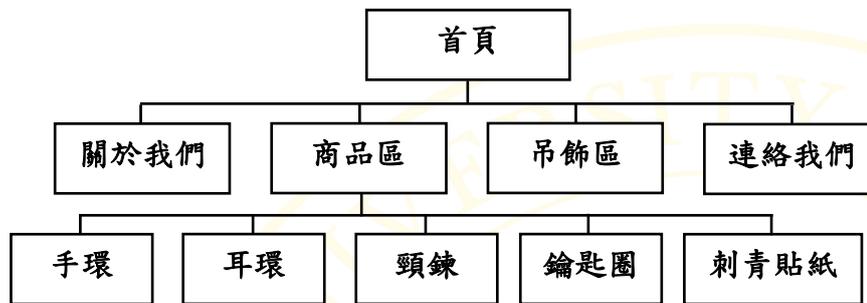


圖 4-1 網站架構圖  
圖表來源：本研究組人員

#### 二、 架設網站使用之軟體

架設網站使用軟體為，MySQL 網站後臺資料庫、Joomla 以及 Byethost31 透過以上軟體來架設 Unique Handwork 手作飾品官方網站。

表 4-5 架設網站使用軟體

名稱	功用
MySQL 網站後臺資料庫	網站後臺資料庫
Joomla	架站程式
Byethost31	虛擬主機

圖表來源：本研究組人員

### 三、 網站功能

現在廠商有專屬網頁已經是普遍的事情，如果賣家沒有屬於自己的網站往往會讓消費者覺得買的不放心，不知道產品有沒有保障所以架設一個專屬的網站是非常重要的環。

我們的網站主要想讓大家知道 Unique Handwork 是一家用心經營的品牌，也能夠透過網站了解到我們的經營理念，可以快速的瀏覽到分類好的產品，再由網站的導流至蝦皮賣場下單。

### 第四節 網路行銷活動成果

透過所有研究方法，來探討專題研究結果與最後的分析。

#### 一、 活動一說明

##### 粉絲專業貼文

經由粉絲專業貼文分析發現，用戶對純介紹產品的貼文興致缺缺，反而是結合節慶類的貼文以及影片介紹的貼文感到興趣，例如：7/31 慶祝開幕抽獎文、8/3 情人節將近的貼文、12/19 聖誕節活動貼文。另外，12/31 跨年當天也貼出同學幫忙錄製的影片型貼文，皆獲得不錯的回響。因此，我們未來會嘗試在貼文內把有趣的話題與飾品做結合，並利用邀請按讚，標註留言公開以及分享貼文，得到獎品的方式來提高我們的觸擊率與粉絲間的互動。

發佈時間	貼文	類型	分享對象	觸及人數	參與互動
2017-12-31 18:09	 今天是2017的最後一天了 大家都想好要如何度過了嗎 也	影片	公開	136	53 16
2017-12-28 15:42	 大款柳橙耳環♥可以戴的可愛 也可以有個性 <a href="https://goo.gl/m">https://goo.gl/m</a>	圖片	公開	33	6 7
2017-12-26 12:10	 那個點頭 小編不行了😂😂♥	影片	公開	43	2 1
2017-12-25 18:00	 天啊!! UH這次實在是太驚人 了🎄🎅 歡慶聖誕節 限時折扣	影片	公開	29	5 1
2017-12-24 16:51	 就算是冬天還是要有陽光般的 熱情🌞 超可愛水果系列耳環	圖片	公開	32	3 3
2017-12-20 18:37	 繽紛可愛的刺青貼紙🎨🎨不 再像以前只有黑色 <a href="https://goo">https://goo</a> .	圖片	公開	25	1 1
2017-12-20 9:30	 大家今天起床都是這樣吧😂	影片	公開	33	1 1
2017-12-19 15:48	 冷冷的天是不是超有聖誕節氣 息🎄🎅 雖然這麼說 但今天又	圖片	公開	253	87 39

發佈時間	貼文	類型	分享對象	觸及人數	參與互動
2017-8-25 21:30	 大家有沒有看今天的籃球比賽啊！！女籃對加拿大超級刺激	📄	🌐	58	6 8
2017-8-22 14:03	 小木人一顆心 你會發現裡頭 有愛、溫柔與真誠 什麼時候我們	📄	🌐	53	7 6
2017-8-20 22:46	 首先 先謝謝各位大家熱情參與我們本次的活動 🙏🙏🙏	📄	🌐	69	17 8
2017-8-17 15:27	 近期將推出耳環頸鍊 大家有沒有很期待呢 🙌 抽獎活動剩倒數	🔗	🌐	9	3 1
2017-8-7 14:30	 明天爸爸節 大家有沒有計畫 帶爸爸出去過節呢 🥰 爸爸的辛勞	📄	🌐	87	6 10
2017-8-3 18:30	 假如你會迷路 我願意當你的眼 就這樣牽著手到永遠。 🌊🌊	📄	🌐	503	267 80
2017-7-31 12:27	 UH抽獎活動開始囉!! 這次一共要抽3位幸運得主 📄 乾燥花	🔗	🌐	792	78 129
2017-7-27 11:11	 多年後 你會不會記得 曾經有一個人 很努力的珍惜過你 🌊🌊	📄	🌐	85	9 8

圖 4-2 粉絲專業貼文分析  
資料來源：本研究組員

## 二、活動二說明

### 投稿廣告文

在專題研究期間投稿 4 次 Facebook 廣告，總共支出 573 元，帶來的觸擊高達 2 萬人觀看，其中圖 4-2 為廣告成效最好的一次 11/18 至 11/20 期間，總花費 200 元在 2 天內帶來了 11895 的觸擊率。

**Unique Handwork 手作∞飾品** 贊助

什麼!!! 竟然有這種敲優惠價格🤩🤩  
出門時想要搭配可愛的飾品不知道哪裡買嗎?  
👉<https://goo.gl/mFxyq>  
網址都幫你附上了 熱騰騰新品不看可惜💕💕  
想要百搭又不易撞款的耳環嗎?  
還是想要獨一無二的手鍊?  
UH都有 貼心為你專屬客製化💎💎  
有問題也歡迎私訊我們唷🙌🙌  
#刺青貼紙 #耳環 #客製化 #手鍊 #頸鍊 #胸針 #  
情侶款 #聖誕節🎄 #禮物 #送禮 #法鬥 #吊飾 #閨  
蜜 #姐妹 #  
#戴上你的生活💕💕💕💕





圖 4-3 投稿分析  
 資料來源：本研究組員

<input type="checkbox"/>	Instagram Post	已結束	5 連結點擊情形	381	383	NT\$6 每次連結點擊	NT\$30/NT\$30	2018-3-1	1.01	4
<input type="checkbox"/>	0121觸及	已結束	7,976 觸及率	7,976	8,245	NT\$35 每觸及千人	NT\$280/NT\$280	2018-1-24	1.03	10
<input type="checkbox"/>	流量xmas	已結束	6 連結點擊情形	493	512	NT\$10 每次連結點擊	NT\$60/NT\$60	2017-12-26	1.04	6
<input checked="" type="checkbox"/>	觸及人數	已結束	11,895 觸及率	11,895	12,015	NT\$17 每觸及千人	NT\$200/NT\$200	2017-11-20	1.01	23
▶ 6個行銷活動的成果			-	20,527 人數	21,225 總計	-	NT\$573 總支出		1.03 每人	43 總計

圖 4-4 廣告投稿總次數  
 資料來源：本研究組員

## 第五章 結論與未來展望

經過了整學期的專題研究，關於專題內容及學習到的事情，在未來希望這份專題擁有更好的發展。

### 第一節 結論

初期無人認識 Unique Handwork 品牌，但藉由行銷手法，越來越多人明白此品牌與消費者站在同個角度，持續提供優質手作的產品。

過程中比起前期都更加了解如何經營賣場，無論是貨品來源、架設網站、粉絲團經營，其實都沒有想像中容易，每個項目都需要費盡心思，該如何得到客人的認可、支持，並能深切感受手作的溫暖，運用課堂所學的分析工具來了解消費者商品偏好，便於與市場做出區隔，每一筆訂單也額外裡面附上手寫小卡，讓客人覺得消費並不是毫無感情的金錢買賣而是有溫暖的祝福，期望能帶來不同以往的購物感受，最重要透過此次專題，從買家的角色轉變成賣家，站在不同角度看事物，全組人員獲益良多。

### 第二節 未來展望

未來願能拍些簡單教學影片，讓大家一同體會 DIY 的樂趣，做出屬於自己的飾品，若要送給珍視的人也甚為祝福。期待經常推出活動，使更多人參與這份手作的溫柔，讓品牌可以帶著幸福、祝福一直延續下去。

除飾品這個主題，只要能夠動手 DIY 的部份都願意去琢磨，增加更多品項，出於親自製作的東西才是最有感情的禮物，願社會能不忘初衷，接續人們最初的感動。

## 參考文獻

### 中文文獻

- 林宜蓁(1995)，後現代消費文化-宅經濟的崛起，網路社會學通訊，84期，  
擷取自  
<http://www.nhu.edu.tw/~society/e-j/84/84-14.htm>
- Werboy(2017)，蝦皮、YAHOO拍賣、露天、旋轉拍賣各家手續費用比一比，  
新聞，擷取自  
<https://www.soft4fun.net/tech/news/compare-yahoo-ruten-shopee-carousell-bid-fee.htm>
- 2016，看誰最好買？C2C拍賣APP大PK，中時電子報，11期  
<http://magazine.chinatimes.com/novainfo/20161104004383-300702>
- 賴聖芬，以企業客製化成功策略為鏡淺談IEP，彰化縣鹿港鎮鹿港國民小學  
<http://society.nhu.edu.tw/e-j/91/01.htm>
- 學生專題論文(2015)，3飾5手作飾品創業之探討，國立屏東大學企業管理學  
系擷取自  
<http://www.mba.nptu.edu.tw/ezfiles/134/1134/img/2176/116230803.pdf>
- 今周刊(2012)，商品特色是網路行銷的賣點 擷取自  
<http://www.businesstoday.com.tw/article/category/80407/post/201208220015>

### 參考網址

- 顏理謙(2017)，新零售崛起！實體店的科技逆襲，數位時代，擷取自  
<https://www.bnext.com.tw/article/44213/new-retail-is-coming>
- 金魚不是魚(2014)，在FB、社群網站小編如何寫出「吸睛標題」呢?!擷取自  
<http://blog.xuite.net/jin117/blog/210702753>
- 林杰銘(2017)，五個超實用發文小技巧，打破粉絲團經營低迷氛圍，創億堂  
擷取自  
<https://imjaylin.com/%E7%B2%89%E7%B5%B2%E5%9C%98%E7%B6%93%E7%87%9F/>
- 蔡沛君，粉絲團貼文案例—怎樣寫出好貼文，boutique，擷取自  
<https://boutique.tw/%E7%B2%89%E7%B5%B2%E5%9C%98%E8%B2%BC%E6%96%87%E6%A1%88%E4%BE%8B%E6%80%8E%E6%A8%A3%E5%AF%AB%E5%87%BA%E5%A5%BD%E8%B2%BC%E6%96%87/>
- i-Buzz網路口碑研究中心(2015)，臉書貼文的小撇步，有計劃地撰寫更容易  
被粉絲分享！，數位時代，擷取自  
<https://www.bnext.com.tw/article/36768/BN-2015-07-15-152645-157>
- The CAdiaries(2017)，還在猶豫用哪個好嗎？一張表比一比兩大【C2C拍賣  
App】  
<http://thecadiaries.blogspot.tw/2017/03/c2cappshopee-vs-carousell.html>
- Creema-【罌〔戀・鍊〕粟】純銀\*\*時尚幸運祈願蠶絲蠟線項鍊\*  
<https://tw.creema.net/item/3408399/detail>
- LiLi飾品配件批發，擷取自

[http://www.gyn700.com.tw/index.php?route=product/product&product\\_id=10740](http://www.gyn700.com.tw/index.php?route=product/product&product_id=10740)

維維貓(2014)，韓國絨的保養，痞客邦，擷取自

<http://vivicat6.pixnet.net/blog/post/222313657-%E9%9F%93%E5%9C%8B%E7%B5%A8%E7%9A%84%E4%BF%9D%E9%A4%8A>

yuuuuu就是U(2015)，【手做小物】編織手環---五股辮，痞客邦，擷取自

<http://yuuuuu34.pixnet.net/blog/post/178757557-%E3%80%90%E6%89%8B%E5%81%9A%E5%B0%8F%E7%89%A9%E3%80%91%E7%B7%A8%E7%B9%94%E6%89%8B%E7%92%B0---%E4%BA%94%E8%82%A1%E8%BE%AE>

础豚魯(2017)，Chapter 6 市場區隔與定位分析，sildesplayer，擷取自

<http://slidesplayer.com/slide/11107595/>

Ted(2005)，個人化和客製化的差別，Yahoo知識+，擷取自

<https://tw.answers.yahoo.com/question/index?qid=20060308000013KK10715>

能力雜誌(2016)，標準化或客製化哪種好？創新才能保有競爭力，pubu電子書城，擷取自

<https://www.pubu.com.tw/news/%E6%A8%99%E6%BA%96%E5%8C%96%E6%88%96%E5%AE%A2%E8%A3%BD%E5%8C%96%E5%93%AA%E7%A8%AE%E5%A5%BD-%E5%89%B5%E6%96%B0%E6%89%8D%E8%83%BD%E4%BF%9D%E6%9C%89%E7%AB%B6%E7%88%AD%E5%8A%9B-3014>

子婷(2017)，拍賣App使用心得比較：蝦皮、旋轉、KKTown，Blink

<https://www.blink.com.tw/board/post/11934/>

微信（互聯網情報網）(2015)-可口可樂、麥當勞知名度夠高了，為何還要在媒體繼續投放廣告，Smart人人，擷取自

<https://www.smartm.com.tw/Article/31363033cea3>

林杰銘(2016)-不想再燒fb廣告費，就別再把廣告當彩券一樣買，創意學堂，擷取自

<https://imjaylin.com/fb%E5%BB%A3%E5%91%8A/>

冒牌生(2016)-Facebook抽獎有用嗎？從台灣四大電信粉絲團操作觀察，數位時代，擷取自

<https://www.bnext.com.tw/article/39154/BN-2016-04-08-161254-196>

I-Buzz口碑研究中心(2016)，社群小編請注意！必勝Facebook貼文技巧公開，Smart人人，擷取自

<https://www.smartm.com.tw/Article/32333032cea3> Steven Kuo(2013)，你應該

嘗試的六種Facebook貼文技巧，WIS blog，擷取自

[http://blog.wis.com.tw/2013/steven/fbpost\\_skill/](http://blog.wis.com.tw/2013/steven/fbpost_skill/)

Bonny&Read飾品，擷取自

<https://www.bonnyread.com.tw/categories/summer>

Flower.Xun 花&尋飾品

<https://www.instagram.com/flowerxun1225/>

內政部戶政司全球資訊網

<http://www.ris.gov.tw/>

circle(2012)，三秒鐘搞懂如何區隔消費者 擷取自

<http://www.circle.tw/marketing/3-sec-distinguish-consumer.html>

Doris Lin(2017)，品牌定位策略7步驟，找到產品市場定位的方法 擷取自

<http://transbiz.com.tw/%E5%93%81%E7%89%8C%E5%AE%9A%E4%BD%8D-brand-positioning/>

jing88，促銷是飾品店經營成功的關鍵 擷取自

<http://big5.58cyjm.com/html/view/18942.shtml>

睿報(第7期)創意市集 需被突破的創意 擷取自

<http://castnet.nctu.edu.tw/castnet/article/526?issueID=22>

前瞻產業研究院 擷取自 王思民

<http://big5.qianzhan.com/analyst/detail/220/151221-b09d463e.html>

Boss33批貨創業通 擷取自

[https://www.boss33.com/goods/goods\\_detail.php?gds\\_id=141580](https://www.boss33.com/goods/goods_detail.php?gds_id=141580)

MBA 智庫百科 擷取自

<http://wiki.mbalib.com/zh-tw/产品生命周期理论>



**【專題執行計畫表】**

<b>組名</b>	<b>Unique Handwork 手作飾品</b>		
<b>組員</b>	<b>班級</b>	<b>學號</b>	<b>姓名</b>
	資三 A	10410110	張威瑀
	資三 A	10410113	韓宜瑾
	資三 A	10410146	蕭丞竣
	資三 A	10410147	郭以晴
	資三 A	10410157	洪穗婷
<b>選定合作單位</b>	<b>名稱</b>		
	<b>負責人</b>		<b>聯絡人</b>
	<b>電話</b>		<b>電話</b>
	<b>地址</b>		
	<b>業務描述</b>	本研究專題無合作單位。	
<b>專題名稱</b>	<b>Unique Handwork 手作飾品</b>		
<b>專題資訊系統功能描述</b>	本網站幫助本組專題提升顧客購買率以及了解 Unique Handwork 手作∞飾品的網頁由來。		
<b>指導老師簽名</b>		<b>日期</b>	年月日
<b>備註</b>			

【專題工作分配表】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106年11月28日
姓名：	工作分配：		
郭以晴	蝦皮賣場、Facebook 及 IG 管理者、協助組員不會之事項、蒐集主題相關資料、統整資料、撰寫計畫書		
張威瑀	專題計畫書主要負責人、蒐集主題相關資料、統整資料、撰寫計畫書		
蕭丞竣	網站建立與設計、蒐集主題相關資料、購買所需配備		
韓宜瑾	網站排版、美宣、蒐集主題相關資料		
洪穗婷	批貨、記帳、蒐集主題相關資料、購買所需配備		

**【GANTT 圖】**

組名	Unique Handwork 手作飾品		填寫人	張威瑀									
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品		填寫日期	106 年 11 月 28 日									
<p>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，此專題從 2017 年 9/3 日開始，預計在 2018/06/30 完。</p>													
工作名稱	開始	結束	2017 9 月	2017 10 月	2017 11 月	2017 12 月	2018 1 月	2018 2 月	2018 3 月	2018 4 月	2018 5 月	2018 6 月	
專題擬定	9 月初	9 月中											
資料收集	9 月中	10 月中											
資料整理	10 月中	11 月底											
專題撰寫	10 月底	12 月底											
賣場建立	10 月初	10 月中											
網站架設	10 月中	12 月底											
網路行銷	10 月初	6 月底											

**【開發工具清單】**

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106 年 11 月 28 日
名稱		功用	
MySQL 網站後臺資料庫		網站後臺資料庫	
Joomla		架站程式	
Byethost31		虛擬主機	

**【需求訪談計畫表】**

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106 年 11 月 28 日
1.	您的性別為	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女	
2.	您的年齡	<input type="checkbox"/> 15 歲以下 <input type="checkbox"/> 16~20 歲 <input type="checkbox"/> 21~30 歲 <input type="checkbox"/> 31~40 歲 <input type="checkbox"/> 41 歲以上	
3.	您的教育程度	<input type="checkbox"/> 國中及以下 <input type="checkbox"/> 高中職 <input type="checkbox"/> 大學/專科 <input type="checkbox"/> 碩士以上	
4.	是否有配戴飾品的習慣	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無	
5.	為甚麼不喜歡配戴飾品	<input type="checkbox"/> 不喜歡手上戴有物品 <input type="checkbox"/> 找不到適合戴在手上的吊飾	
6.	如果客製化幫您訂做飾品 您會想配戴嗎	<input type="checkbox"/> 會 <input type="checkbox"/> 否	
7.	您願意花多少購買飾品	<input type="checkbox"/> 100 以下 <input type="checkbox"/> 100~200 <input type="checkbox"/> 200~300 <input type="checkbox"/> 300 以上	
8.	平常購買飾品方式(可複選)	<input type="checkbox"/> 網路 <input type="checkbox"/> 實體店鋪 <input type="checkbox"/> 電視購物 <input type="checkbox"/> 廣播 <input type="checkbox"/> 其他_____	
9.	通常您在哪些平台購買飾品(可複選)	<input type="checkbox"/> 蝦皮 <input type="checkbox"/> 淘寶 <input type="checkbox"/> Yahoo 商城 <input type="checkbox"/> PChome 線上購物 <input type="checkbox"/> MOMO 購物網 <input type="checkbox"/> 一般實體店鋪 <input type="checkbox"/> 其他_____	
10.	購買飾品前注重(可複選)	<input type="checkbox"/> 價錢 <input type="checkbox"/> 產品品質 <input type="checkbox"/> 包裝 <input type="checkbox"/> 售後服務 <input type="checkbox"/> 款式特別 <input type="checkbox"/> 是否有鑑賞期 <input type="checkbox"/> 產品知名度 <input type="checkbox"/> 其他_____	
11.	請問您購買飾品的動機為何?	<input type="checkbox"/> 自己配戴 <input type="checkbox"/> 送親朋好友 <input type="checkbox"/> 作為定情物 <input type="checkbox"/> 外型精美喜愛 <input type="checkbox"/> 價格合宜 <input type="checkbox"/> 其他_____	
12.	關於手環喜歡繩子種類(可複選)	<input type="checkbox"/> 棉繩 <input type="checkbox"/> 衝浪繩 <input type="checkbox"/> 韓國絨 <input type="checkbox"/> 玉線	
13.	關於手環喜歡的款式(可複選)	<input type="checkbox"/> 純手環 <input type="checkbox"/> 星座銅式 <input type="checkbox"/> 符號銅式 <input type="checkbox"/> 圖案銅式 <input type="checkbox"/> 卡通公仔樣式 <input type="checkbox"/> 幾何圖形 <input type="checkbox"/> 組合式吊飾	
14.	關於項鍊喜歡的款式(可複選)	<input type="checkbox"/> 純手環 <input type="checkbox"/> 星座銅式 <input type="checkbox"/> 符號銅式 <input type="checkbox"/> 圖案銅式 <input type="checkbox"/> 卡通公仔樣式 <input type="checkbox"/> 幾何圖形 <input type="checkbox"/> 組合式項鍊	

【需求訪談計畫表】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106 年 11 月 28 日
15	關於耳環喜歡的款式(可複選)	<input type="checkbox"/> 純手環 <input type="checkbox"/> 星座銅式 <input type="checkbox"/> 符號銅式 <input type="checkbox"/> 圖案銅式 <input type="checkbox"/> 卡通公仔樣式 <input type="checkbox"/> 幾何圖形 <input type="checkbox"/> 組合式耳飾	
 <p>CHIHLEE UNIVERSITY OF TECHNOLOGY SINCE 1965 理 致 大學</p>			

【需求訪談紀錄表】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106年11月28日

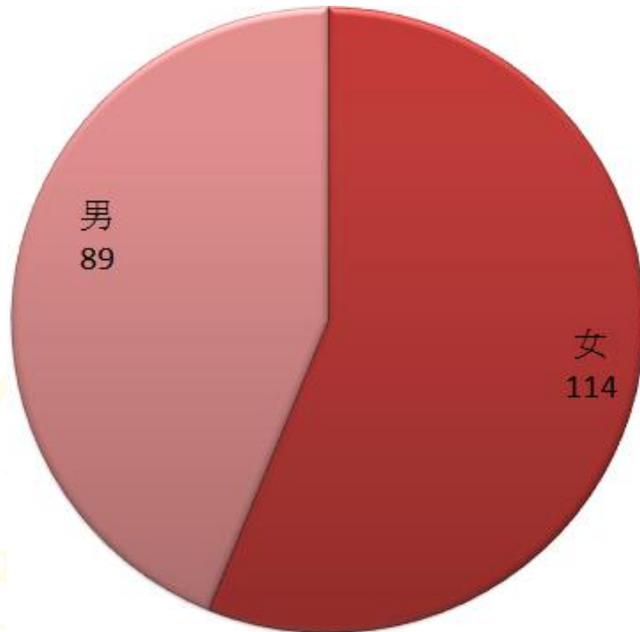


圖3-2性別百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

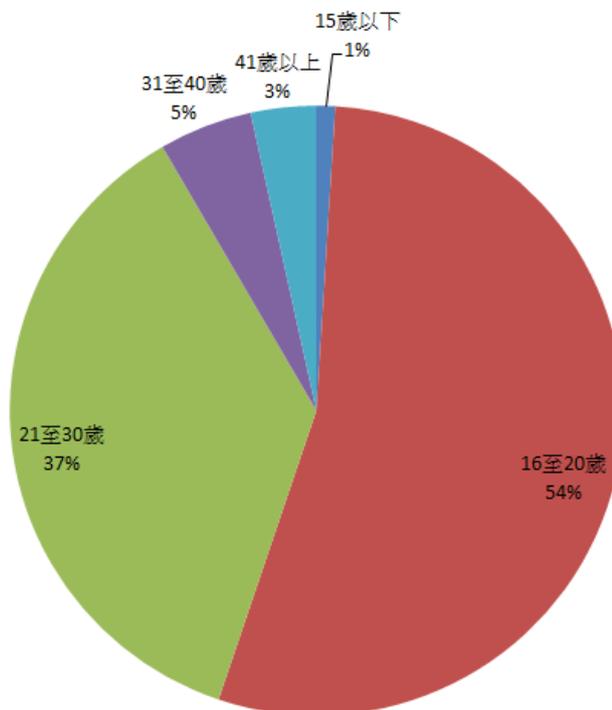


圖3-3年齡百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

【需求訪談紀錄表】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106年11月28日

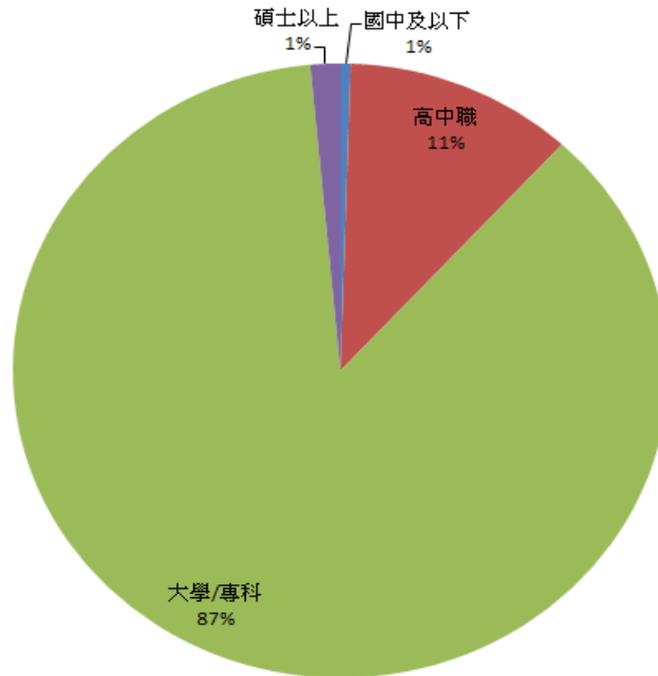


圖3-4教育程度百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

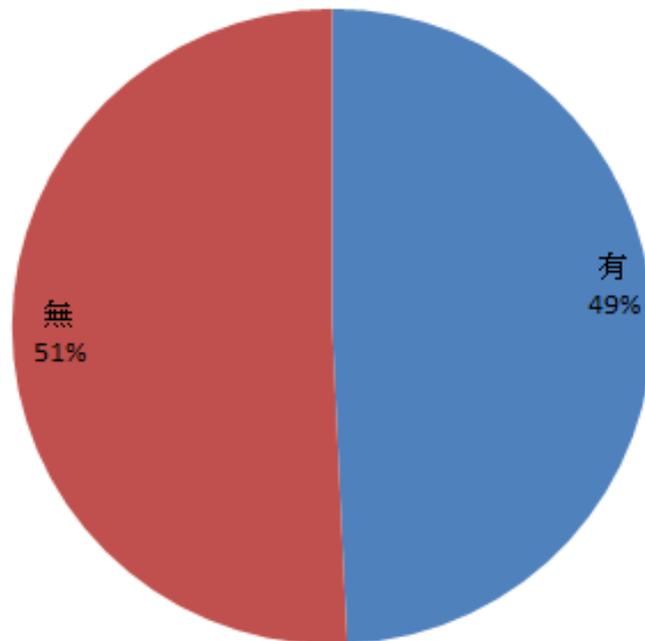


圖3-5是否有配戴飾品的習慣  
圖表來源:本研究組人員

【需求訪談紀錄表】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106 年 11 月 28 日

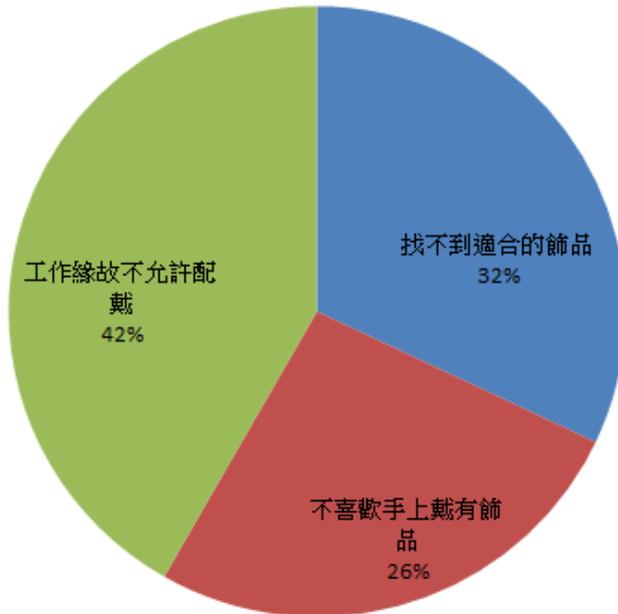


圖3-6無配戴原因百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

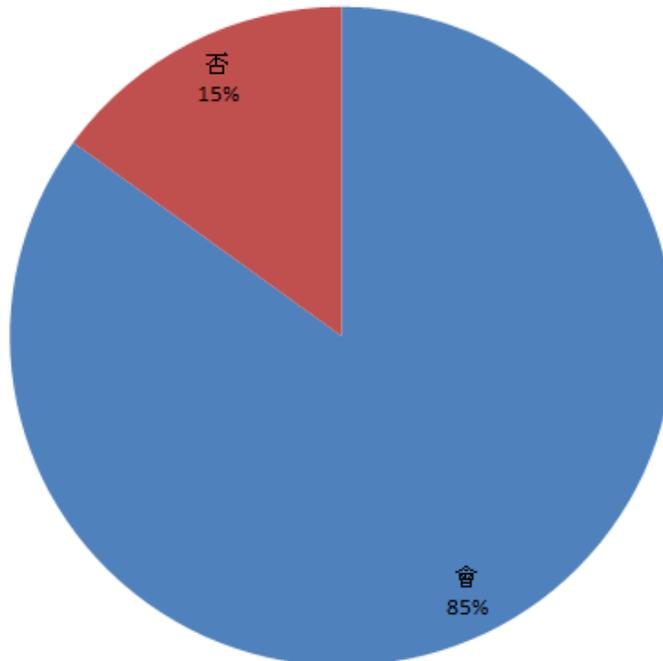


圖3-7客製化的飾品配戴意願百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

【需求訪談紀錄表】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106年11月28日

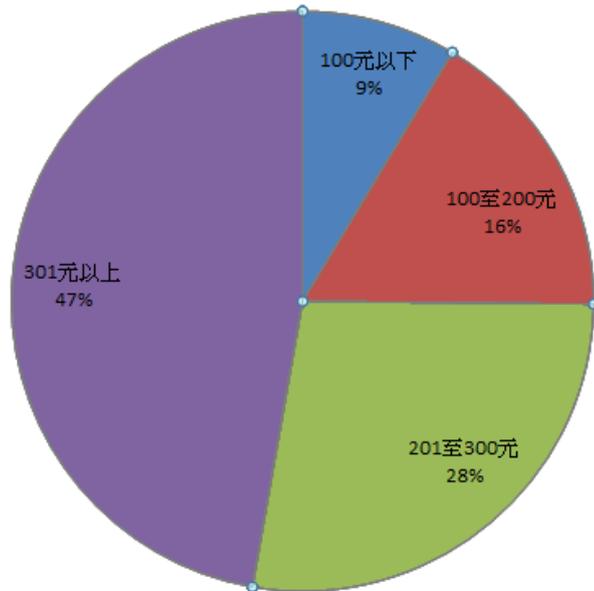


圖3-8 願意購買價錢百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

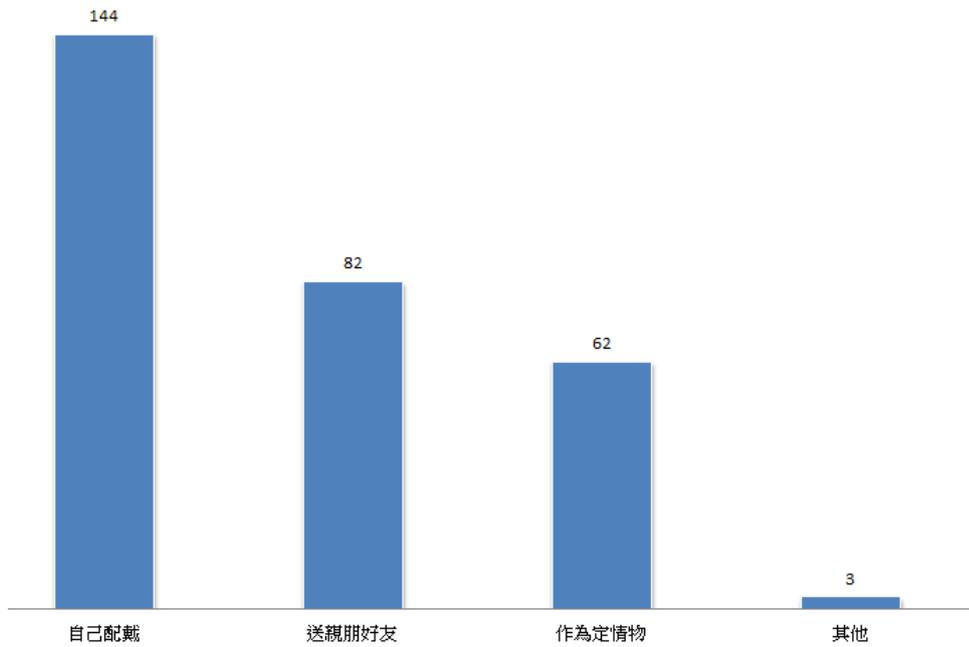


圖3-9 購買動機長條圖  
圖表來源:本研究組人員

【需求訪談紀錄表】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106年11月28日

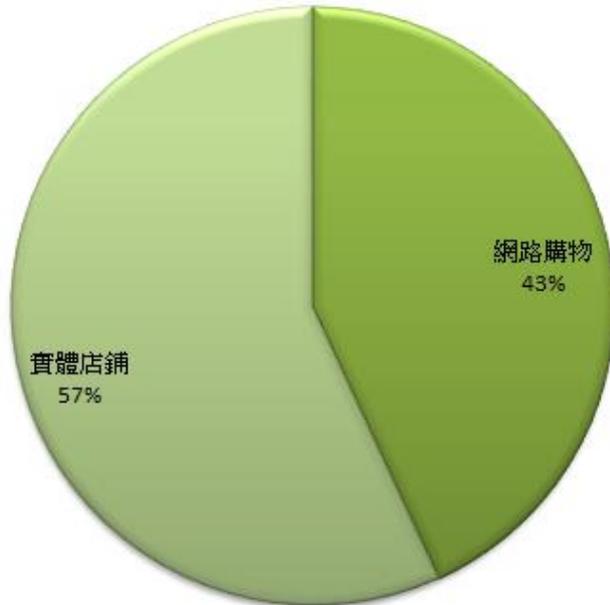


圖3-10購買方式百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

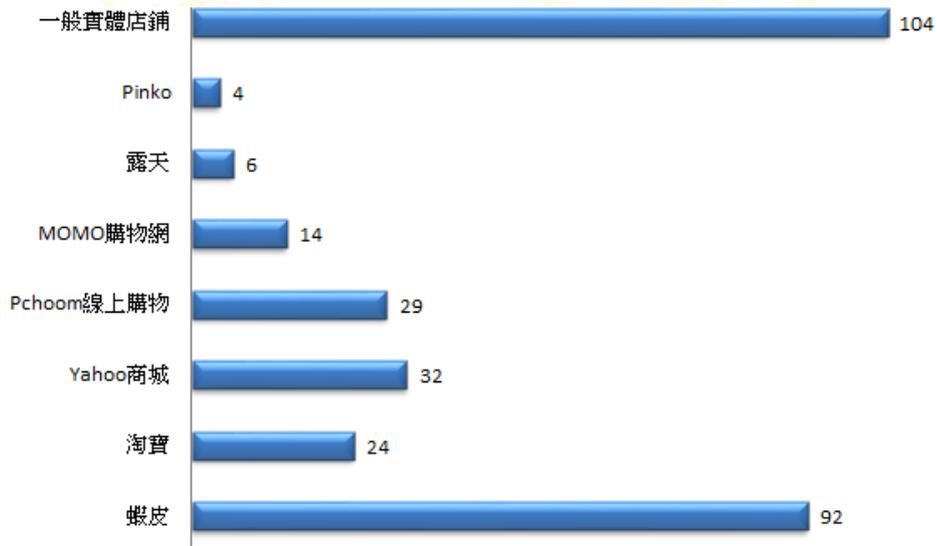


圖3-11飾品購買平台橫條圖  
圖表來源:本研究組人員

【需求訪談紀錄表】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106年11月28日

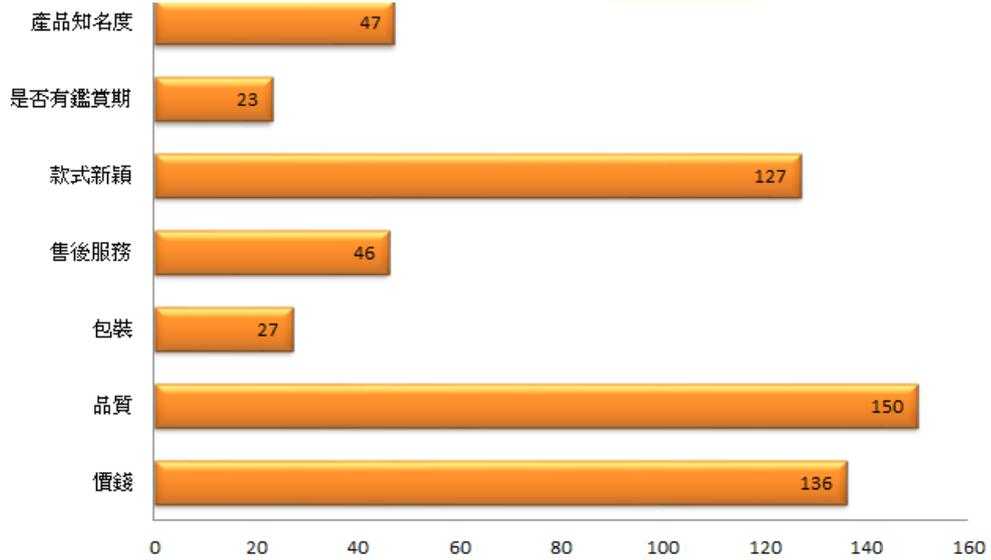


圖3-12購買飾品前注重權條圖  
圖表來源:本研究組人員

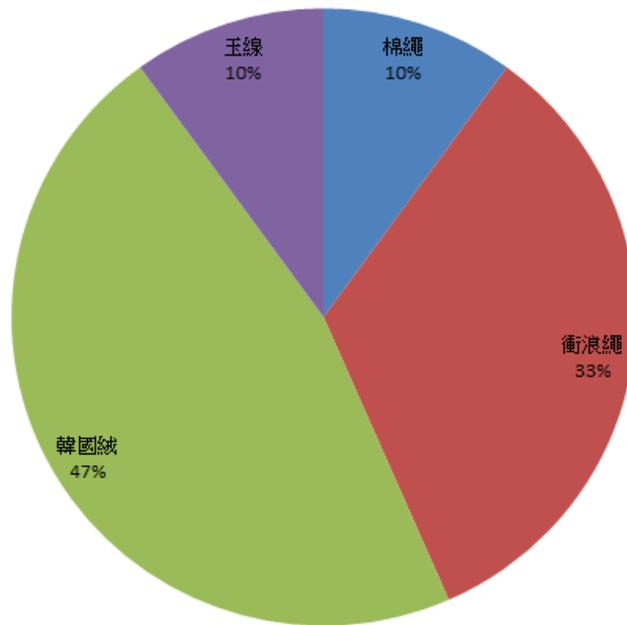


圖3-13喜好手環線種類百分比圖  
圖表來源:本研究組人員

【需求訪談紀錄表】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106年11月28日

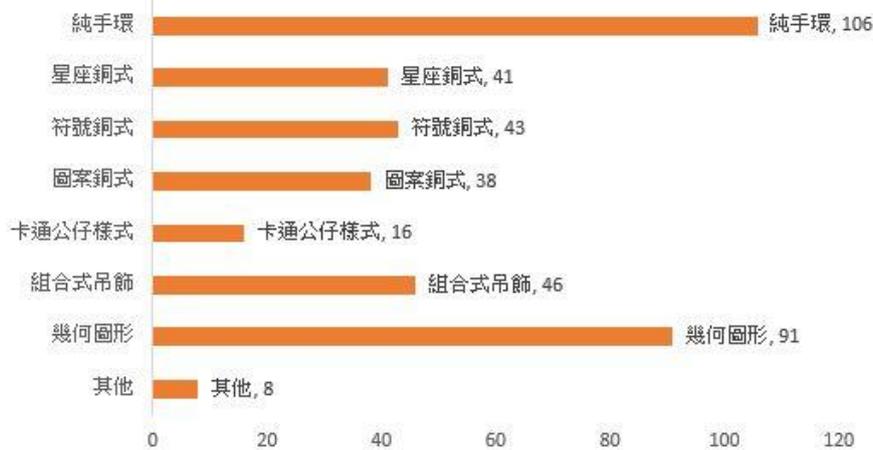


圖3-14 消費者喜歡款式橫條圖  
圖表來源: 本研究組人員

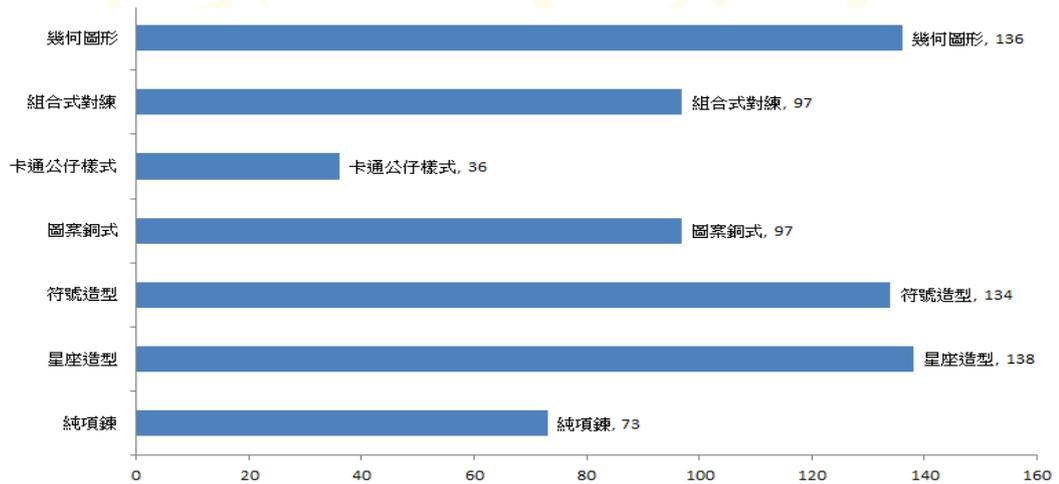


圖3-15 喜好項鍊種類橫條圖  
圖表來源: 本研究組人員

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106年11月28日

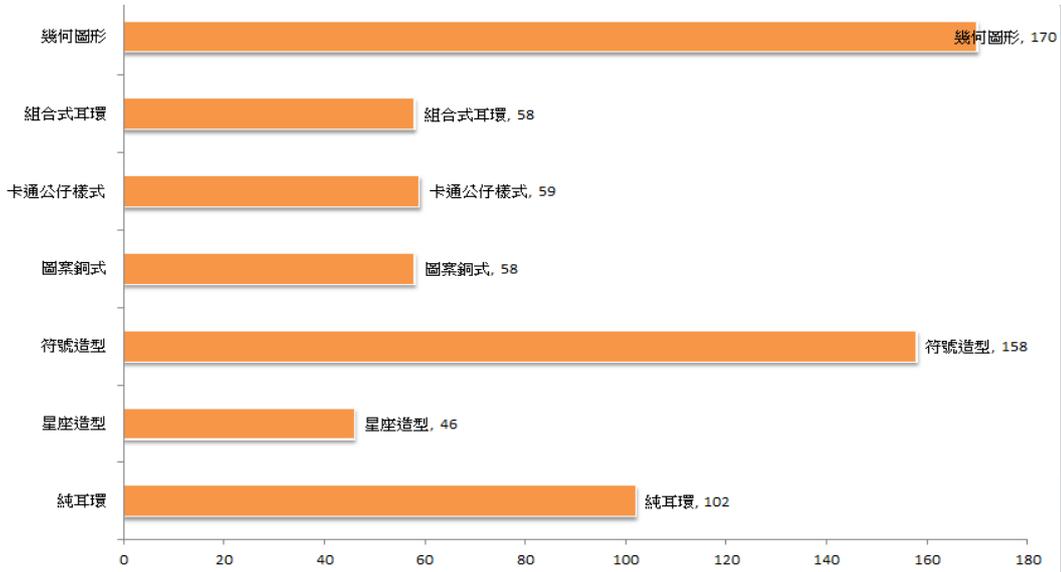
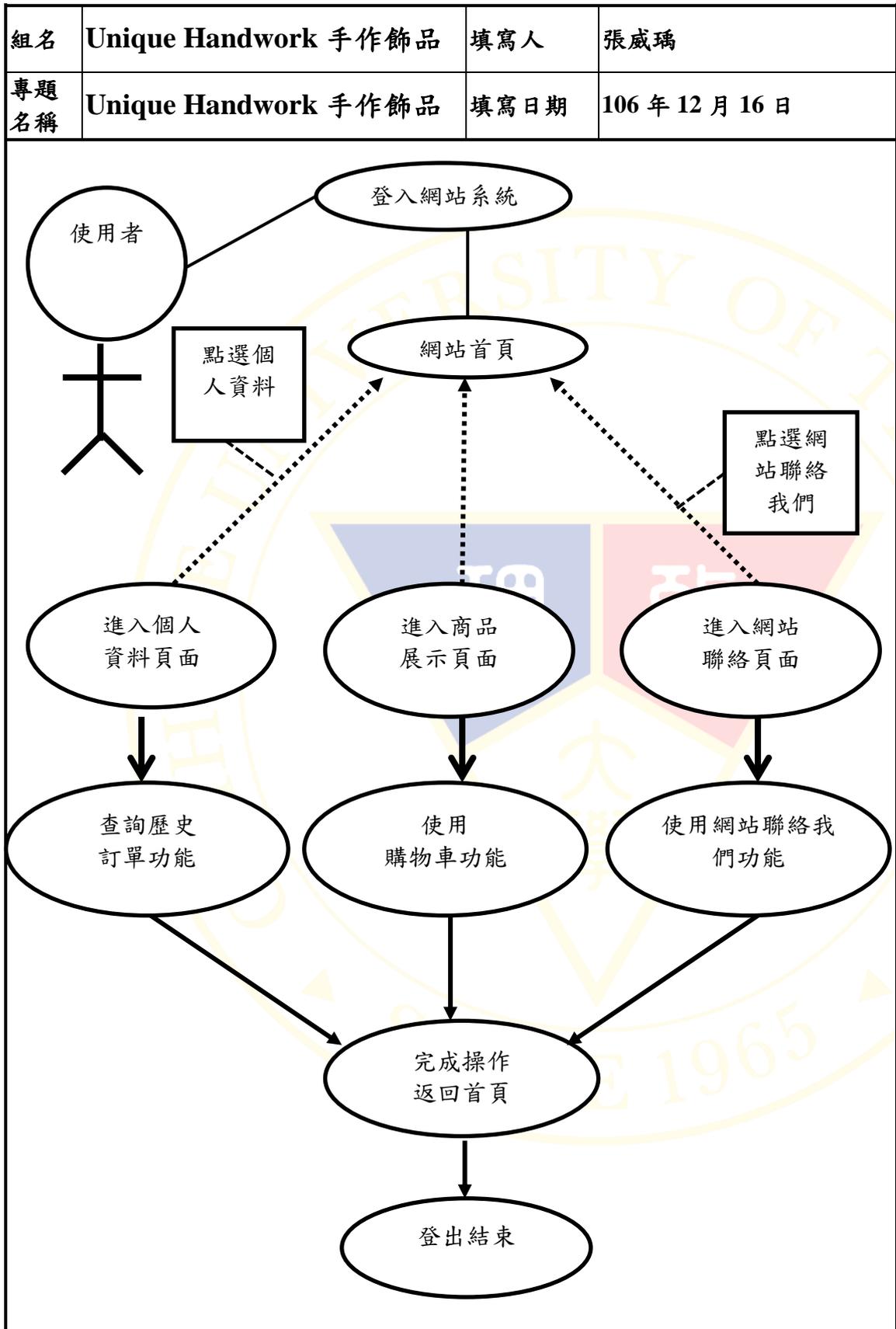


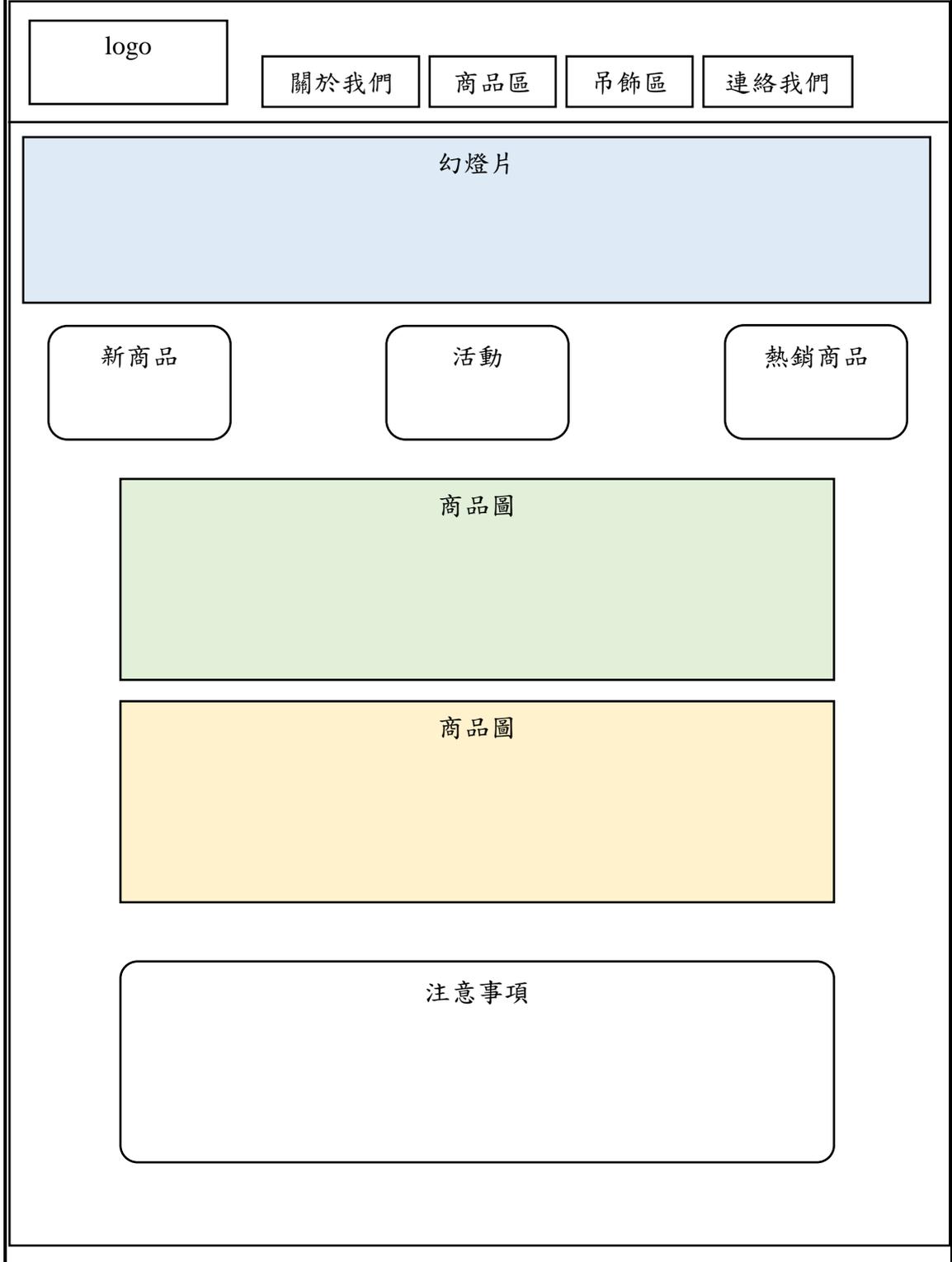
圖3-16喜好耳環種類橫條圖  
圖表來源:本研究組員

### 【使用個案圖】



【藍圖】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106年12月16日

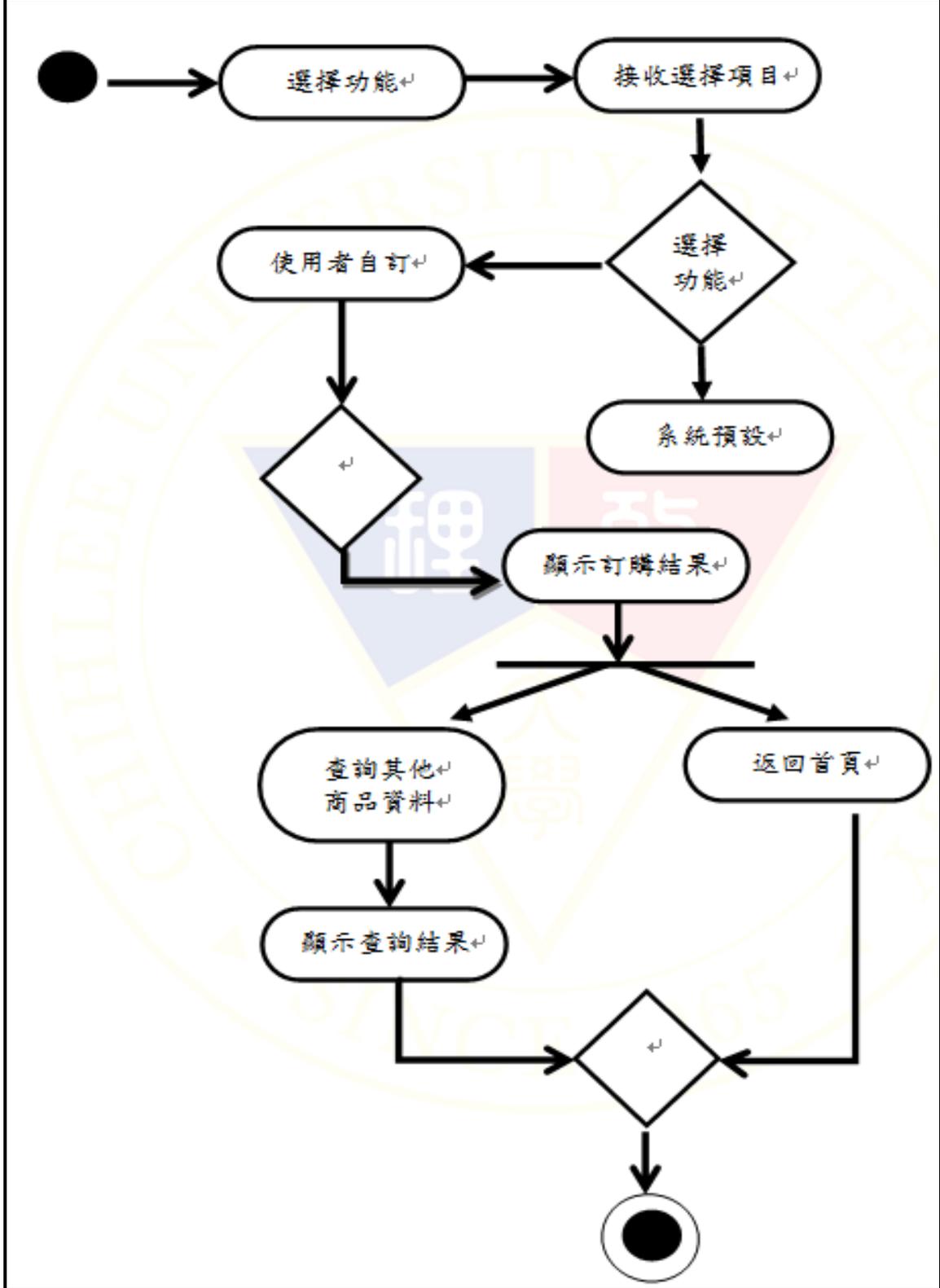


**【資料詞彙】**

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀	
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106 年 12 月 16 日	
<b>欄位</b>	<b>欄位名稱</b>	<b>型態</b>	<b>規格／格式</b>	<b>範例</b>
01.	清單一 主頁	Ul li	Ul li	主頁
02.	清單一 關於我們	Ul li	Ul li	關於我們
03.	清單一 客製化商品	Ul li	Ul li	客製化商品
04.	清單一 其他商品	Ul li	Ul li	其他商品
05.	清單一 聯絡我們	Ul li	Ul li	聯絡我們
06.	清單一 會員中心	Ul li	Ul li	會員中心
07.	LOGO	Image	ImageView	Logo
08.	清單一 手環	Ul li	Ul li	手環
09.	清單一 頸鍊	Ul li	Ul li	頸鍊
10.	清單一 耳環	Ul li	Ul li	耳環
11.	清單一 刺青貼紙	Ul li	Ul li	刺青貼紙
12.	清單一 會員資料	Ul li	Ul li	會員資料
13.	按鈕－ 願望清單	Ul li	Ul li	願望清單
14.	清單一 商品	Ul li	Ul li	燒酒耳環
15.	清單一 購物平台	Ul li	Ul li	蝦皮
16.	圖片－ 商品圖	Image	Image	商品圖

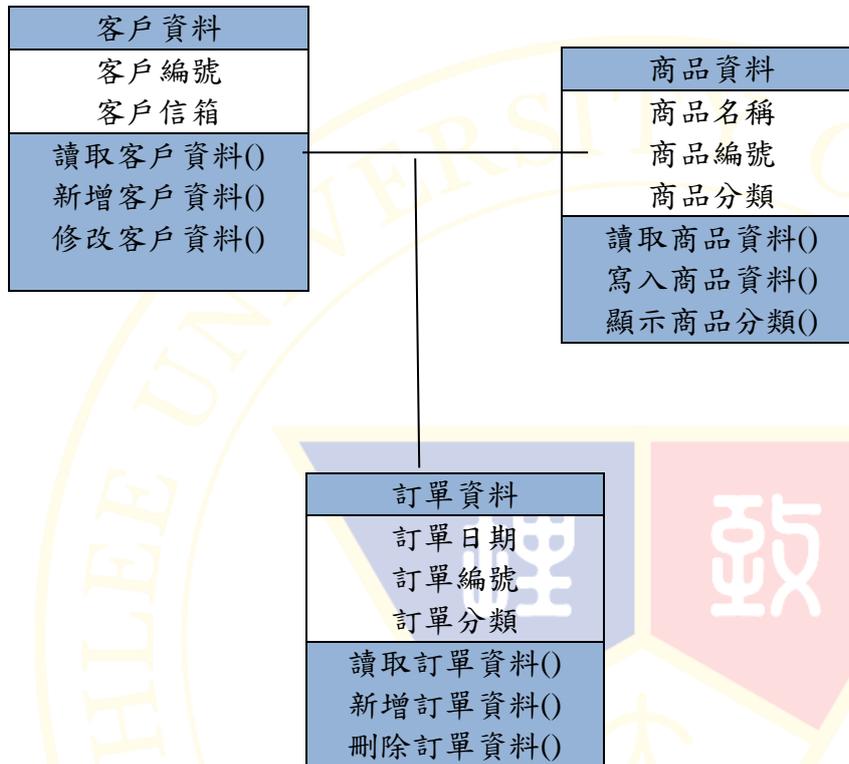
【活動圖】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106 年 12 月 16 日



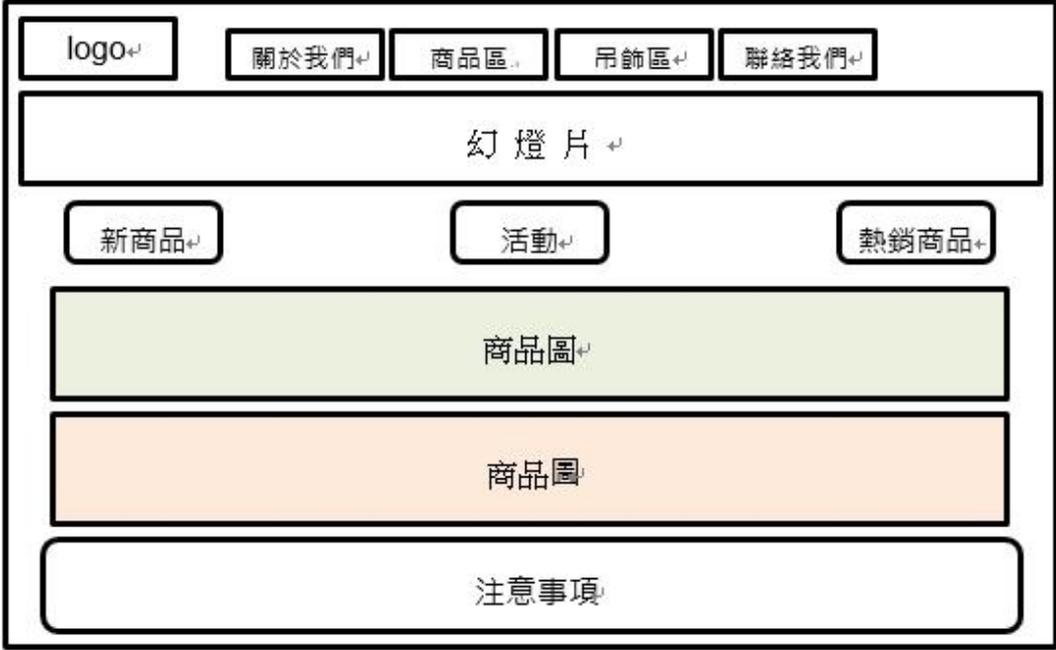
### 【類別圖】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106 年 12 月 16 日



圖：類別圖  
資料來源：本研究組員

## 【使用者操作手冊】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106 年 12 月 16 日
系統畫面			
操作說明	<p>點選功能列表可看到首頁、關於我們、商品區、吊飾區以及連絡我們，點開首頁畫面中會看到最新的商品資訊幻燈片，至於商品頁面滑鼠移至圖片上會有商品說明，吊飾區只供消費者選擇公仔所用所以無特別的商品說明，連絡我們則是附上 Line、FACEBOOK 及蝦皮賣場讓客人方便找尋我們。</p>		

### 【測試相關計畫】

組名	Unique Handwork 手作飾品	填寫人	張威瑀
專題名稱	Unique Handwork 手作飾品	填寫日期	106 年 12 月 16 日
<p>1. 開啟 byethost 免費空間網址時，有時連不上網站，且圖片常常跑不出來。</p> <p>2. 若是有更動 css 的內容，開啟網站時，cookies 會造成美化沒有更動的情形。</p> <p>解決方法：出現此錯誤多半與伺服器的狀況以及使用的網路有關，如果確定之前網站可以看得到，FTP 軟體也能登入主機的話就先等等，免費資源網站常會出現這類問題。</p> <p>1. 試著稍後重新載入這個網頁。</p> <p>2. 更換網路。</p> <p>3. 盡可能的壓縮檔案。</p> <p>4. 使用無痕瀏覽器開啟網站，或是將舊 cookies 刪除。</p>			

## 【專案結案報告】

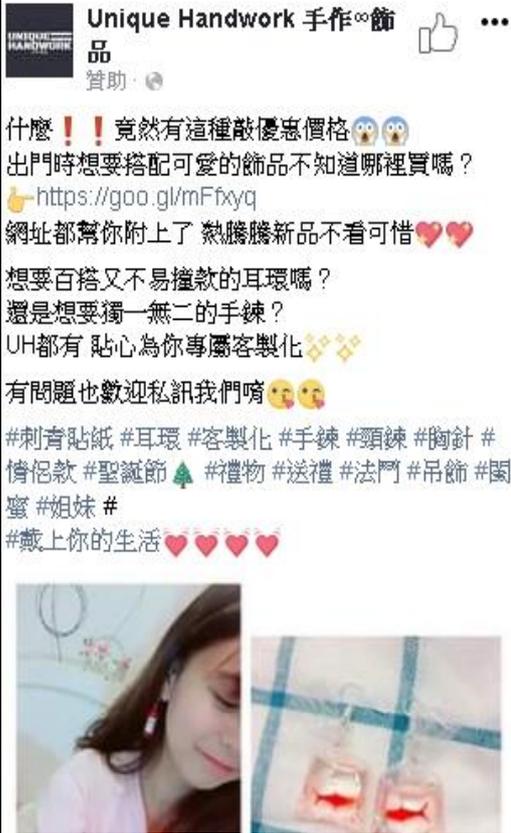
<b>組名</b>	Unique Handwork 手作飾品	<b>填寫人</b>	張威瑀
<b>專題名稱</b>	Unique Handwork 手作飾品	<b>填寫日期</b>	106年12月16日

**活動名稱：**  
慶!開幕

**計畫目標：**  
開設新賣場，希望有效得到曝光率，為吸引粉絲一同共襄盛舉，發布影片貼文並給予開幕優惠

**成果效益檢討：**  
本次觸及率共得到 11280，訂單成交 5 筆

**活動成果：**



Unique Handwork 手作飾品  
贊助 · 2

什麼!!! 竟然有這種散優惠價格🤔🤔  
出門時想要搭配可愛的飾品不知道哪裡買嗎?  
👉 <https://goo.gl/mFxyq>  
網址都幫你附上了 熱騰騰新品不看可惜💕💕  
想要百搭又不易撞款的耳環嗎?  
還是想要獨一無二的手鍊?  
UH都有 貼心為你專屬客製化💎💎  
有問題也歡迎私訊我們唷🙋🙋  
#刺青貼紙 #耳環 #客製化 #手鍊 #頸鍊 #胸針 #  
情侶款 #聖誕節 🎄 #禮物 #送禮 #法鬥 #吊飾 #閩  
蜜 #姐妹 #  
#戴上你的生活💕💕💕💕



11,895 結果 · 觸及率  
11,895 觸及人數  
NT\$200 花費金額  
自訂

11,895 成果 · 觸及率 NT\$17 每次成果的成本 99.00% 成果比率

日期	觸及人數	花費金額
11月18	~5000	~NT\$100
11月19	~10000	~NT\$150
11月20	~8000	~NT\$180

**【會議記錄】**

專題名稱	Unique Handwork 手作飾品					
會議編號	A01	召集人兼主席	郭以晴	紀錄者	蕭丞竣	
討論主題	個人分工、專題名稱、產品方向			會議時間	2017/10/12 上午 11:00	
				會議地點	圖書館-研究小間	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	此次為第一次會議		此次為第一次會議			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	1.分配個人工作 2.擬訂行銷手法 3.討論專題名稱 4.客群目標、商品方向		1.決定專題名稱-全體組員 2.確定商品方向-全體組員 3.分配工作-郭以晴 4.資料統整-蕭丞竣		全體組員	
本次會議內容	1. 一起想出 2 至 3 個專題名稱，投票表決 2. 討論出主產品與副產品，蒐集商品市場資料 3. 以組員能力分配工作，於下次會議繳交分工表 4. 分析各種銷售策略，取最好的方式					
<b>決議事項（與主席裁示）</b>						
此次會議後決定開會時間固定為週四，時間隨每次狀況不同而調整。						
郭以晴		蕭丞竣	張威瑀	洪穗婷	韓宜瑾	
下次會議	召集人	郭以晴	紀錄者	韓宜瑾	時間	2017/11/12 上午 11:30
					地點	綜合大樓 3 樓
預定討論主題	文書資料蒐集、決定販售平台					
指導老師意見						

### 【會議記錄】

專題 名稱	<b>Unique Handwork 手作飾品</b>					
會議 編號	A02	召集人 兼主席	郭以晴	紀錄者	韓宜瑾	
討論 主題	文書資料蒐集、決定販售平台			會議 時間	2017/11/12 上午 11:30	
				會議 地點	綜合大樓 3 樓	
上 次 會 議	決議事項		執行狀況			
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 以全員投票決定專題名稱</li> <li>2. 確定主、副產品</li> <li>3. 決定行銷手法</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 投票結果為:</li> <li>2. 以手作為主，其他現貨飾品為輔</li> <li>3. 薄利多銷</li> </ol>			
本 次 會 議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 文書進度追蹤</li> <li>2. 與指導老師討論商品可行性</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認組員工作進度:郭以晴</li> <li>2. 蒐集資料:全體人員</li> <li>3. 設計商店 logo:韓宜瑾</li> <li>4. 設立臉書粉絲團:張威瑀</li> </ol>		全體組員	
本 次 會 議 內 容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確定文書有跟上進度</li> <li>2. 討論問卷問題設計，全體人員共同討論，於下週定案</li> <li>3. 確定粉絲團經營定位</li> </ol>					
<b>決議事項（與主席裁示）</b>						
於下週繳交問卷初稿與指導老師討論						
郭以晴		蕭丞竣	張威瑀	洪穗婷	韓宜瑾	
下 次 會 議	召 集 人	洪穗婷	紀 錄 者	張威瑀	時間	2017/11/30 上午 10:00
					地點	綜合大樓 3 樓
預 定 討 論 主 題	確定賣場 logo、網站架設、問卷分析					
指 導 老 師 意 見						

### 【會議記錄】

專題名稱	Unique Handwork 手作飾品					
會議編號	A03	召集人兼主席	洪穗婷	紀錄者	張威瑀	
討論主題	確定賣場 logo、網站架設、問卷分析、批貨			會議時間	2017/11/30 上午 10:00	
				會議地點	綜合大樓 3 樓	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 論文進度追蹤</li> <li>2. 網站架設使用軟體與模板</li> <li>3. 決定商品</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確定問卷題目開始發放</li> <li>2. 網站開始架設</li> </ol>			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確定 LOGO 圖</li> <li>2. 問卷題目確定及發放</li> <li>3. 粉絲專業持續經營</li> <li>4. 自有網站開始架設</li> <li>5. 批商品</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確定 LOGO-全體組員</li> <li>2. 問卷發放-全體組員</li> <li>3. 網站架設-蕭丞竣</li> <li>4. 粉絲專頁經營-張威瑀</li> <li>5. 批發決議好商品-洪穗婷</li> </ol>		全體組員	
本次會議內容	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 問卷在第一天已達 80% 的數量，發放的族群要更廣更多元</li> <li>2. 網站內容須共同討論</li> <li>3. 粉絲專頁文章要更豐富，吸引目光</li> </ol>					
<b>決議事項 (與主席裁示)</b>						
下次會議網站進度要達 50%，文書部分要從問卷樣本中分析出數據。						
郭以晴		蕭丞竣		張威瑀		
郭以晴		洪穗婷		韓宜瑾		
下次會議	召集人	郭以晴	紀錄者	韓宜瑾	時間	2017/12/26 上午 12:10
					地點	綜合大樓 3 樓
預定討論主題	粉絲專頁狀況、論文進度、網站架設					
指導老師意見						



附錄二、問卷

在本研究中，我們進行問卷調查，藉此來了解本研究的受眾偏好及消費習慣。如表 3-1 所示。

表 3-1、本組研究之問卷調查

**親愛的受訪者 您好：**

這是一份關於「台灣消費者對於購買飾品意願調查」的問卷，採匿名設計，對於您所提供的任何資料都將保密，僅供本研究彙總分析使用，不做任何商業用途，亦不會揭露任何可辨識之個人資訊，請您安心填答。

本問卷僅需花費您五分鐘來完成填答，所有問題並無標準答案或對錯考量，回答時請依您的感受直覺作答，謝謝！

敬祝  
身體健康，心想事成！

致理科技大學資訊管理系  
專題生：Unique Handwork 手作∞飾品  
全體成員

● 第一部分 基本資料

1	您的性別為	<input type="checkbox"/> 男 <input type="checkbox"/> 女
2	您的年齡	<input type="checkbox"/> 15 歲以下 <input type="checkbox"/> 16~20 歲 <input type="checkbox"/> 21~30 歲 <input type="checkbox"/> 31~40 歲 <input type="checkbox"/> 41 歲以上
3	您的教育程度	<input type="checkbox"/> 國中及以下 <input type="checkbox"/> 高中職 <input type="checkbox"/> 大學/專科 <input type="checkbox"/> 碩士以上

● 第二部分 對於飾品的消費習慣

1.	是否有配戴飾品的習慣	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
2.	為甚麼不喜歡配戴飾品	<input type="checkbox"/> 不喜歡手上戴有物品 <input type="checkbox"/> 找不到適合戴在手上的吊飾
3.	如果客製化幫您訂做飾品 您會想配戴嗎	<input type="checkbox"/> 會 <input type="checkbox"/> 否
4.	您願意花多少元購買飾品	<input type="checkbox"/> 100 元以下 <input type="checkbox"/> 100~200 元 <input type="checkbox"/> 200~300 元 <input type="checkbox"/> 300 元以上
5.	平常購買飾品方式(可複選)	<input type="checkbox"/> 網路 <input type="checkbox"/> 實體店鋪 <input type="checkbox"/> 電視購物 <input type="checkbox"/> 廣播 <input type="checkbox"/> 其他_____

6.	通常您在哪些平台購買飾品(可複選)	<input type="checkbox"/> 蝦皮 <input type="checkbox"/> 淘寶 <input type="checkbox"/> Yahoo 商城 <input type="checkbox"/> PChome 線上購物 <input type="checkbox"/> MOMO 購物網 <input type="checkbox"/> 一般實體店鋪 <input type="checkbox"/> 其他_____
7.	購買飾品前注重(可複選)	<input type="checkbox"/> 價錢 <input type="checkbox"/> 產品品質 <input type="checkbox"/> 包裝 <input type="checkbox"/> 售後服務 <input type="checkbox"/> 款式特別 <input type="checkbox"/> 是否有鑑賞期 <input type="checkbox"/> 產品知名度 <input type="checkbox"/> 其他_____
8.	請問您購買飾品的動機為何?	<input type="checkbox"/> 自己配戴 <input type="checkbox"/> 送親朋好友 <input type="checkbox"/> 作為定情物 <input type="checkbox"/> 外型精美喜愛 <input type="checkbox"/> 價格合宜 <input type="checkbox"/> 其他_____
9.	關於手環喜歡繩子種類(可複選)	<input type="checkbox"/> 棉繩 <input type="checkbox"/> 衝浪繩 <input type="checkbox"/> 韓國絨 <input type="checkbox"/> 玉線
10.	關於手環喜歡的款式(可複選)	<input type="checkbox"/> 純手環 <input type="checkbox"/> 星座銅式 <input type="checkbox"/> 符號銅式 <input type="checkbox"/> 圖案銅式 <input type="checkbox"/> 卡通公仔樣式 <input type="checkbox"/> 幾何圖形 <input type="checkbox"/> 組合式手環
11.	關於耳環喜歡的款式(可複選)	<input type="checkbox"/> 純耳環 <input type="checkbox"/> 星座銅式 <input type="checkbox"/> 符號銅式 <input type="checkbox"/> 圖案銅式 <input type="checkbox"/> 卡通公仔樣式 <input type="checkbox"/> 幾何圖形 <input type="checkbox"/> 組合式耳環
12.	關於項鍊喜歡的款式(可複選)	<input type="checkbox"/> 純項鍊 <input type="checkbox"/> 星座銅式 <input type="checkbox"/> 符號銅式 <input type="checkbox"/> 圖案銅式 <input type="checkbox"/> 卡通公仔樣式 <input type="checkbox"/> 幾何圖形 <input type="checkbox"/> 組合式項鍊

<https://docs.google.com/forms/d/1uDXco2-ZSrgsy9V5Zya379Kaxdsukm3NemXJUvXHLzQ/edit>