



致理科技大學

資訊管理系專題報告

跨境電商平台規劃與建置

Cross-Border E-Commerce Platform for construction

專題生：(10510245)姓名：徐家琳
(10510216)姓名：彭兆辰
(10510202)姓名：謝皓暉
(10510220)姓名：黃竣炫
(10510206)姓名：林泓安

中華民國 109 年 04 月

致理科技大學

資訊管理系

畢業專題

跨境電商平台與建置

一〇八學年度

致理科技大學 專題報告審核書

本校 資訊管理 系(所) 徐家琳
(10510245)、彭兆辰(10510216)、謝皓暉
(10510202)、黃竣炫(10510220)、林泓安
(10510206)

等君所提論文 跨境電商平台規劃與建置
經本委員會審定通過，特此證明。

口試委員會

委員： _____

指導教授：蘇啟鴻

系主任：呂崇富

中華民國 109 年 04 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

107 學年度第 2 學期所撰寫。

專題名稱：跨境電商平台規劃與建置

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。

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 109 年 4 月 28 日

摘要

專題報告名稱：跨境電商平台與建置

頁數：38 頁

校系別：致理科技大學資訊管理系

完成時間：107 學年度第 2 學期

專題生：徐家琳 彭兆辰 謝皓暉 林泓安 黃竣炫

指導教授：蘇啟鴻 教授

關鍵詞：電子商務、跨境電商、國際行銷

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「正晴偉業股份有限公司」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 : Cross-Border E-Commerce platform for construction Pages:38

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : June, 2019

Degree : Master

Researcher : HSU,CHIA-LIN、PENG,ZHAO-CHEN、XIE,HAO-WEI、
HUANG,JUN- XUAN、LIN,HONG-AN

Advisor : SU,CI-HONG

Keywords : E-commerce、Cross-Border E-Commerce、International marketing


In recent years, because of the development of the Internet, instead of many traditional marketing methods, international marketing, cross-border e-commerce industry is booming, we can develop a better platform with Alibaba platform operators through cross-border e-commerce marketing. Set and marketing results. In this special issue, we cooperated with "Zhengqing Weiye Co., Ltd." and hoped to establish ideas and e-commerce perspectives through different platforms to discuss the exposure of products and make manufacturers' products more visible. And through keyword search, EDM delivery, SWOT analysis to find out the strategies we need, and build an effective cross-border e-commerce platform, the ultimate goal is to improve product exposure as an effective product marketing strategy.

誌謝

感謝蘇啟鴻老師，在我們最一開始迷網的時候，指引我們選專題的方向，後來我們決定走網路行銷類，並且深入了解網路行銷需要做什麼事前功課，老師也建議我們參加『阿里巴巴』的比賽，除了可以親自操作、累積經驗，還可以出去比賽！我們也覺得這提議很棒，所以我們參加了『2019 臺北市跨境電商產學合作計畫』。

感謝台北市政府、智匯文化有限公司及帶領我們的教練，舉辦了產業培訓班，讓我們在賽前提早先認識有關阿里巴巴的概念，以及如何在這比賽中發揮的技巧！除了感謝主辦、協助單位，我們還要特別感謝致理科大的職涯發展中心，在這段期間擔任了比賽單位以及選手之間的橋樑，為我們處理了大大小小的事，還在比賽前夕舉辦賽前練習賽，讓我們模擬比賽，熟悉登上舞台的感覺。

最後感謝專題小組的各位組員，雖然在這短短比賽期間，出了不少意外和插曲，但我們突破重重困難，無論最終結果並沒有達到預期，可是我們並沒有氣餒還是拼盡全力，且讓我們的比賽成果能順利產出，感謝各位組員在這段期間所付出的努力！



徐家琳 彭兆辰 謝皓暉 黃竣炫 林泓安 謹致
致理科技大學 資訊管理 學士班
中華民國 108 年 05 月

目錄

目錄	i
圖目錄	ii
誌謝	iii
目錄	iv
圖目錄	vi
表目錄	v
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	1
第貳章 文獻回顧與探討	2
第一節 跨境電子商務概論	2
第二節 跨境電子商務個案介紹	4
第三節 網路行銷及社群行銷概論	6
第參章 研究內容與方法	8
第一節 研究架構	8
第二節 SWOT 分析	8
第肆章 實驗結果與設計	9
第一節 網路行銷分析	9
第二節 EDM 行銷分析	10
第三節 阿里巴巴平台行銷分析	11
第伍章 結論與建議	14
參考文獻	15
附錄	17
附錄一 專題執行計畫表	18
附錄二 專題工作分配表	19
附錄三 GANTT 圖	20
附錄四 開發工具清單	21
附錄五 需求訪談計畫表	22
附錄六 使用個案圖	23
附錄七 資料詞彙	24
附錄八 活動圖	25
附錄九 類別圖	26
附錄十 使用者操作手冊	27
附錄十一 專案結案報告	29
附錄十二 會議記錄	30

圖目錄

圖 3-1 研究架構圖.....	8
圖 4-1 在 FB 各社團裡 PO 的拍賣文及回應.....	9
圖 4-2 在 instagram 上 PO 的宣傳影片.....	10
圖 4-3 instagram 上的回應.....	10
圖 4-4 EDM 成品圖.....	10
圖 4-5 XTractor 頁面.....	11
圖 4-6 Yet Another Mail Merge 首頁.....	11
圖 4-7 EDM 發送狀態.....	11
圖 4-8 RFQ 頁面.....	12
圖 4-9 收到的名片.....	12
圖 4-10 後台數據.....	13



第壹章 緒論

第一節 研究背景

臺灣在八九零年代經歷了經濟起飛，許多中小企業應運而生。又因臺灣的市場太小必須要往國外發展。現在的電子商務非常發達有很多平台與工具可以讓人在家裡也能購物。因此為了能夠在這個網路交易平台發達的世界出一片天，所以我們決定使用阿里巴巴平台販賣我們的商品。

正晴偉業股份有限公司，創立於1981年主要以出口家電產品，零配件、機械、模具及整廠設備，1991年成立電子部，出口電子零配件，1995成立進口部門；由日本進口電子零件，1998年底成立空調工廠，組裝分離式冷氣機，行銷國內外，2006年成立新事業部門，專營醫療保健用品，另海外有四個分公司辦事處。

第二節 研究動機

近幾年來，阿里巴巴網站在各地竄紅，馬雲更是在電子商務裡獨占鰲頭。阿里巴巴是一個擁有店商、雲端計算、數字媒體和娛樂等服務的集團，其中電商服務佔了8成以上，因此與企業合作將會帶來非常大的商機。而且摺疊水壺在亞馬遜和EBAY其他平台銷售量很好所以廠商決定以這樣產品讓我們上架。

第三節 研究目的

我們想知道企業與阿里巴巴合作是否可以提高知名度、增加客戶、訂單甚至幫助企業提高銷售量，讓廠商可以因此獲得另一種交易方式不再只能在國內販售自己的商品。

第貳章 研究內容與方法

第一節 跨境電子商務概論

因為近年來網路蓬勃的發展，而產生出一種國際貿易的型態，就是所謂的跨境電子商務（簡稱跨境電商，Cross-Border Ecommerce），指的是賣家和消費者在不同的國家，透過網路交易平台（如Alibaba、Amazon等）完成交易、支付結算與國際物流送貨的一種國際商業活動。

跨境電子商務是基於網路發展起來的，網路空間相對於物理空間來說是一個新空間，是一個由網址和密碼組成的虛擬但客觀存在的世界。網路空間獨特的價值標準和行為模式深刻地影響著跨境電子商務，使其不同於傳統的交易方式而呈現出自己的特點。

跨國電子商務具有如下特徵：

（一）全球性(Global Forum)

網路是一個沒有邊界的媒介體，具有全球性和非中心化的特徵。依附於網路發生的跨境電子商務也因此具有了全球性和非中心化的特性。電子商務與傳統的交易方式相比，其一個重要特點在於電子商務是一種無邊界交易，喪失了傳統交易所具有的地理因素。互聯網用戶不需要考慮跨越國界就可以把產品尤其是高附加值產品和服務提交到市場。網路的全球性特徵帶來的積極影響是信息的最大程度的共用，消極影響是用戶必須面臨因文化、政治和法律的不同而產生的風險。任何人只要具備了一定的技術手段，在任何時候、任何地方都可以讓信息進入網路，相互聯繫進行交易。美國財政部在其財政報告中指出，對基於全球化的網路建立起來的電子商務活動進行課稅是困難重重的，因為：電子商務是基於虛擬的電腦空間展開的，喪失了傳統交易方式下的地理因素；電子商務中的製造商容易隱匿其住所而消費者對製造商的住所是漠不關心的。比如，一家很小的愛爾蘭線上公司，通過一個可供世界各地的消費者點擊觀看的網頁，就可以通過互聯網銷售其產品和服務，只要消費者接入了互聯網。很難界定這一交易究竟是在哪個國家內發生的。

這種遠程交易的發展，給稅收當局製造了許多困難。稅收權力只能嚴格的在一國範圍內實施，網路的這種特性為稅務機關對超越一國的線上交易行使稅收管轄權帶來了困難。而且互聯網有時扮演了代理中介的角色。在傳統交易模式下往往需要一個有形的銷售網點的存在，例如，通過書店將書賣給讀者，而線上書店可以代替書店這個銷售網點直接完成整個交易。而問題是，稅務當局往往要依靠這些銷售網點獲取稅收所需要的基本信息，代扣代繳所得稅等。沒有這些銷售網點的存在稅收權力的行使也會發生困難。

（二）無形性(Intangible)

網路的發展使數字化產品和服務的傳輸盛行。而數字化傳輸是通過不同類型的媒介，例如數據、聲音和圖像在全球化網路環境中集中而進行的，這些媒介在網路中是以電腦數據代碼的形式出現的，因而是無形的。以一個e-mail 信息的傳輸為例，這一信息首先要被伺服器分解為數以百萬計的數據包，然後按照ICP/IP協議通過不同的網路路徑傳輸到一個目的地伺服器並重新組織轉發給接收人，整個過程都是在網路中瞬間完成的。電子商務是數字化傳輸活動的一種特殊形式，其無形性的特性使得稅務機關很難控制和檢查銷售商的交易活動，稅務機關面對

的交易記錄都是體現為數據代碼的形式，使得稅務稽查員無法準確地計算銷售所得和利潤所得，從而給稅收帶來困難。

數字化產品和服務基於數字傳輸活動的特性也必然具有無形性，傳統交易以實物交易為主，而在電子商務中，無形產品卻可以替代實物成為交易的對象。以書籍為例，傳統的紙質書籍，其排版、印刷、銷售和購買被看作是產品的生產、銷售。然而在電子商務交易中，消費者只要購買網上的數據權便可以使用書中的知識和信息。而如何界定該交易的性質、如何監督、如何徵稅等一系列的問題卻給稅務和法律部門帶來了新的課題。

(三)匿名性(Anonymous)

由於跨境電子商務的非中心化和全球性的特性，因此很難識別電子商務用戶的身份和其所處的地理位置。線上交易的消費者往往不顯示自己的真實身份和自己的地理位置，重要的是這絲毫不影響交易的進行，網路的匿名性也允許消費者這樣做。在虛擬社會裡，隱匿身份的便利迅即導致自由與責任的不對稱。人們在這裡可以享受最大的自由，卻只承擔最小的責任，甚至乾脆逃避責任。這顯然給稅務機關製造了麻煩，稅務機關無法查明應當納稅的線上交易人的身份和地理位置，也就無法獲知納稅人的交易情況和應納稅額，更不要說去審計核實。該部分交易和納稅人在稅務機關的視野中隱身了，這對稅務機關是致命的。以eBay為例，eBay是美國的一家網上拍賣公司，允許個人和商家拍賣任何物品，到目前為止eBay已經擁有3000萬用戶，每天拍賣數以萬計的物品，總計營業額超過50億美元。但是eBay的大多數用戶都沒有準確地向稅務機關報告他們的所得，存在大量的逃稅現象，因為他們知道由於網路的匿名性，美國國內收入服務處(IRS)沒有辦法識別他們。

電子商務交易的匿名性導致了逃避稅現象的惡化，網路的發展，降低了避稅成本，使電子商務避稅更輕鬆易行。電子商務交易的匿名性使得應納稅人利用避稅地聯機金融機構規避稅收監管成為可能。電子貨幣的廣泛使用，以及國際互聯網所提供的某些避稅地聯機銀行對客戶的“完全稅收保護”，使納稅人可將其源於世界各國的投資所得直接匯入避稅地聯機銀行，規避了應納所得稅。美國國內收入服務處(IRS)在其規模最大的一次審計調查中發現大量的居民納稅人通過離岸避稅地的金融機構隱藏了大量的應稅收入。而美國政府估計大約三萬億美元的資金因受避稅地聯機銀行的“完全稅收保護”而被藏匿在避稅地。

(四)即時性(Instantaneously)

對於網路而言，傳輸的速度和地理距離無關。傳統交易模式，信息交流方式如信函、電報、傳真等，在信息的發送與接收間，存在著長短不同的時間差。而電子商務中的信息交流，無論實際時空距離遠近，一方發送信息與另一方接收信息幾乎是同時的，就如同生活中面對面交談。某些數字化產品(如音像製品、軟體等)的交易，還可以即時清結，訂貨、付款、交貨都可以在瞬間完成。

電子商務交易的即時性提高了人們交往和交易的效率，免去了傳統交易中的中介環節，但也隱藏了法律危機。在稅收領域表現為：電子商務交易的即時性往往會導致交易活動的隨意性，電子商務主體的交易活動可能隨時開始、隨時終止、隨時變動，這就使得稅務機關難以掌握交易雙方的具體交易情況，不僅使得稅收的源泉扣繳的控管手段失靈，而且客觀上促成了納稅人不遵從稅法的隨意性，加之稅收領域現代化徵管技術的嚴重滯後作用，都使依法治稅變得蒼白無力。

(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。在電子商務中，電子電腦通訊記錄取代了一系列的紙面交易文件。用戶發送或接收電子信息由於電子信息，以比特的形式存在和傳送，整個信息發送和接收過程實現了無紙化。無紙化帶來的積極影響是使信息傳遞擺脫了紙張的限制，但由於傳統法律的許多規範是以規範“有紙交易”為出發點的，因此，無紙化帶來了一定程度上法律的混亂。

電子商務以數字合同、數字時間截取了傳統貿易中的書面合同、結算票據，削弱了稅務當局獲取跨國納稅人經營狀況和財務信息的能力，且電子商務所採用的其他保密措施也將增加稅務機關掌握納稅人財務信息的難度。在某些交易無據可查的情形下，跨國納稅人的申報額將會大大降低，應納稅所得額和所徵稅款都將少於實際所達到的數量，從而引起徵稅國國際稅收流失。例如，世界各國普遍開徵的傳統稅種之一的印花稅，其課稅對象是交易各方提供的書面憑證，課稅環節為各種法律合同、憑證的書立或做成，而在網路交易無紙化的情況下，物質形態的合同、憑證形式已不復存在，因而印花稅的合同、憑證貼花(即完成印花稅的繳納行為)便無從下手。

第二節 跨境電子商務個案介紹-阿里巴巴

阿里巴巴的優勢：

- 1、阿里巴巴是全球最大的網上貿易市場和商人社區。
- 2、阿里巴巴是全球最大的B2B電子商務交易市場。
- 3、阿里巴巴首頁非常全面，佈置的非常合理，高計風格簡單有個性；最重要的是有“拼音搜索引擎”，這是其它網站所沒有的特點。
- 4、阿里巴巴具有非常大的可操控性，而且主題比較明確，重點非常突出。
- 5、阿里巴巴的品牌知名度很高，具有人性化的服務。
- 6、阿里巴巴對電子商務市場有非常透徹的了解。
- 7、阿里巴巴不斷創新，內功深厚，成為最大的優勢。
- 8、阿里巴巴堅持做任何生意的人都有。
- 9、阿里巴巴具有完善的功能和簡單易懂的操作。

其中阿里巴巴特點有：

- 1、中小賣家的集中地
- 2、國際化、全球化
- 3、覆蓋面廣，綜合性越來越強

阿里巴巴的盈利模式最大的特點就是：難以模仿，因為難以模仿，所以帶來了自然壟斷的巨大效益。

難以模仿體現在以下幾個方面：

- (1) 阿里巴巴搶先快速圈地，這種方式是非常有魄力的。
 - (2) 阿里巴巴成功開展企業的信用認證，敲開了創收的大門。
 - (3) 阿里巴巴與外商的採購有最大規模的供給信息和誠信通為基礎的優勢，其他單位是難以模仿的。
 - (4) 阿里巴巴推出關鍵字競爭搜索。
- 2、阿里巴巴的關鍵的招術並不多，但招術的單純性、連貫性、組合性和有效性非常突出，也因為有這樣招術，所以從中獲得的利潤是非常之大的。
 - 3、設立企業站點、網站推廣、誠信通、貿易通等都是阿里巴巴的盈利模式，也因為這些站領了電子商務市場。

4、利潤點分為：誠信安全、品牌資質、快捷方便、成本低廉、渠道廣闊、信息海量等幾種渠道。

阿里巴巴的運營模式：

- 1、專做信息流，匯聚大量的市場供求信息。信息更新快，信用度高，吸引了不少企業。
- 2、採用本土化的網站建設方式，針對不同國家採用當地的語言，簡易可讀，還具有親和力。阿里巴巴網站有多種不同的語言，用戶可以選擇不同的語言形式，讓人簡單易懂，因為這樣貼切的形式吸引了更多的用戶。
- 3、網站門檻低，以免費的方式吸引企業登錄平台註冊用戶，成為會員，匯聚商流，活躍市場，源源不斷的信息流創造了無限商機。因為註冊會員的人或企業越來越多，信息源源不斷的更新，流量越來越大，也因此讓阿里巴巴成為全球最大的B2B網站。
- 4、阿里巴巴的信用度非常高，也因此吸引了大量企業，以打廣告的形式運營。因為阿里巴巴有難以模仿的特點，吸引了更多的用戶註冊會員。
- 5、阿里巴巴的物流體系和配送服務體系越來越完善。
- 6、建立各種服務信息點，讓用戶了解阿里巴巴，信任阿里巴巴。

阿里巴巴的管理模式：

首先，我認為阿里巴巴的信息流十分的對稱，沒有不真實的，而且非常的流暢，不受阻攔，反應速度非常的快，信息更新速度也特別快，信息十分真實對稱。阿里巴巴的信息更新還需要更快、更準確。

其實，我認為阿里巴巴的資金流十分的通暢，商家與商家之間的交易可以通過網絡進行，而且出現不真實的情況十分之少，甚至沒有，總體來說信用度十分高，讓企業與企業之間的交易不會產生問題。但依然存在著一些問題，希望阿里巴巴能從各個角度考慮資金流的安全問題。

再次，我認為阿里巴巴的物流功能也在不斷的完善，越來越好，物流正在向全球化、信息化、一體化的發展，需求配送、裝卸、庫存越來越好，唯一缺乏的就是物流的個性化。希望阿里巴巴能夠早日的做到物流配送的個性化服務。

然後，我認為阿里巴巴在保證消費者的隱私權、知情權、選擇權、確認權、撤銷權等方面做得比較完善。但還是有待改進的。

最後，我認為阿里巴巴誠信度非常高，但仍然存在不足之處，應該盡快建立網上、網下的失信懲戒機制，就算是電子商務發展之所需，也要有建設誠信社會的要求。

(六)快速演進(Rapidly Evolving)

互聯網是一個新生事物，現階段它尚處在幼年時期網路設施和相應的軟體協議的未來發展具有很大的不確定性。但稅法制定者必須考慮的問題是網路，像其他的新生兒一樣，必將以前所未有的速度和無法預知的方式不斷演進。基於互聯網的電子商務活動也處在瞬息萬變的過程中，短短的幾十年中電子交易經歷了從EDI到電子商務零售業的興起的過程，而數字化產品和服務更是花樣出新，不斷的改變著人類的生活。

而一般情況下，各國為維護社會的穩定，都會註意保持法律的持續性與穩定性，稅收法律也不例外。這就會引起網路的超速發展與稅收法律規範相對滯後的矛盾。如何將分秒都處在發展與變化中的網路交易納入稅法的規範，是稅收領域的一個難題。網路的發展不斷給稅務機關帶來新的挑戰，稅務政策的制定者和稅

立法機關應當密切注意網路的發展，在制定稅務政策和稅法規範時充分考慮這一因素。

跨國電子商務具有不同於傳統貿易方式的諸多特點，而傳統的稅法制度卻是在傳統的貿易方式下產生的，必然會在電子商務貿易中漏洞百出。網路深刻的影響著人類社會，也給稅收法律規範帶來了前所未有的衝擊與挑戰。

第三節 網路行銷及社群行銷概論

網路行銷：網路營銷是二十一世紀最有代表性的一種低成本、高效率的全新商業形式。是以互聯網為核心平臺，以網路用戶為中心，以市場需求和認知為導向，利用各種網路應用手段去實現企業營銷目的一系列行為。雖然網路營銷以互聯網為核心平臺，但也可以整合其他的資源形成整合營銷，比如銷售渠道促銷、傳統媒體廣告、地面活動等。互聯網擁有其他任何媒體都不具備的綜合營銷能力，網路營銷可進行從品牌推廣，到銷售，到服務，到市調等一系列的工作，包括電子商務、企業展示、企業公關、品牌推廣、產品推廣、產品促銷、活動推廣、挖掘細分市場、項目招商等方面。這裡所指的網路不僅包括互聯網（Internet），還應該包括外聯網（Extranet），即以及內聯網（Intranet），即應用互聯網技術和標準建立的企業內部信息管理和交換平臺。

網路營銷的技術基礎主要是以電腦網路技術為代表的信息技術。電腦網路是現代通信技術與電腦技術相結合的產物，它把分佈在不同地理區域的電腦與專門的外部設備用通信線路互連成一個規模大、功能強的網路，從而使眾多的電腦可以方便地互相傳遞信息，共用硬體、軟體、數據信息等資源。與網路營銷密切相關的電腦網路主要有三種：互聯網、外聯網以及內聯網。

社群行銷：全球超過75億網際網路使用者中，有超過50億人積極參與社群媒體，因此社群行銷是B2B行銷中最快速且長期的資訊曝光。社群行銷對B2B購買模式的影響有助於企業與企業間的互動，利用社群媒體，消費者有個平台能評價、留言、回饋，也促進了口碑行銷。

社群行銷又稱社會媒體行銷（Social Media Marketing）指企業為了行銷的目的，在社群網路服務（包括Instagram、Youtube、Facebook、Twitter等社群網路服務媒體）上創造特定的訊息或內容來吸引消費大眾的注意，引起線上民眾的討論，並鼓勵讀者透過其個人的社會網路去傳播散布這些行銷內容，並進而提升與客戶的關係與滿意度的行銷策略。

由於自然觸及率的下降，B2B企業想要增加更多曝光機會就必須支付額外廣告費用。儘管有優質的產品和文章內容，若只是依賴免費的文章刊登，不僅無法帶來更多商業機會的，也很難即時解答客戶的疑問。在2014至2016短短的兩年中，B2B企業對社交行銷的廣告預算就成長了超過兩倍，而一個好的廣告能帶來的經濟效益和價值是無可限量的。社交媒體之所以對使用者免費是因為廣告商支付了龐大的費用。對廣告商來說社交媒體用戶就是他們的顧客，想說服他們做出購買決定，就要付費增加曝光率。

社交媒體的創新越來越方便且多元，以前客戶想要取消訂單可能必須傳郵件，現在您可以透過聊天機器人收到系統自動通知。客戶也可以直接在聊天機器人上下訂單、接收電子廣告、傳送即時訊息。

有了聊天機器人，企業就能24小時提供客服服務，降低因等待而流失的客人。聊天機器人（Chatbot）不僅是個免費的功能，又是快速、方便能及時解答客戶疑問

的好方法，這總總優點能為B2B企業帶來無限的商機。

社群行銷的其中一個目的就是希望能提升搜索引擎優化排名，B2B企業也必須在社群平台上置入更多網站內容和建立連結。如果能在社群媒體上增加更多搜索，B2B企業就能有更多優質內容被看見，進而幫助了SEO排名。

依據企業核心價值和產品的目標客戶選擇適合的社群媒體，才能有效發揮社群行銷的功用。現今有超過200個不同社群媒體，儘管功能大同小異，但各有不同的受眾族群。B2B企業需分析企業核心價值並設定目標客戶，再針對不同平台上受眾族群的年齡、地區、興趣喜好等，多方嘗試及調整後，傳達相對應的喜好內容。



第參章 研究內容與方法

第一節 研究架構

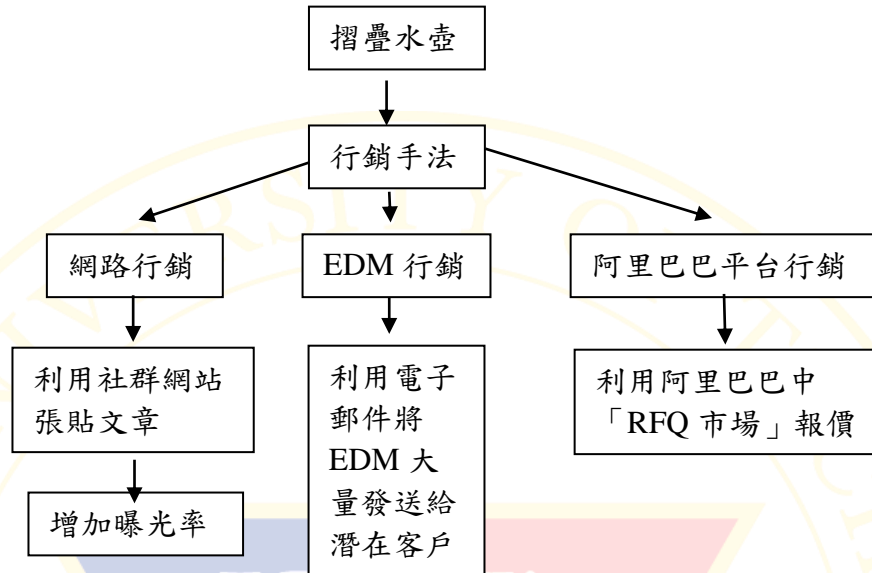


圖3-1 研究架構圖

第二節 SWOT分析

S 優勢	W 劣勢
1. 在阿里巴巴平台為金牌供應商。 2. 本公司已有三十多年經驗，在國際貿易業界上有優良的聲譽。	1. 販售相同產品的競爭者多。 2. 販售的產品與公司無相關性。
O 機會	T 威脅
1. 阿里巴巴為跨境平台，可幫助產品的推廣。 2. 可以公司長期建立的口碑來宣傳。	1. 需面對同業不同行銷方式競爭。

表3-1 SWOT分析

第肆章 研究結果分析與討論

第一節 網路行銷分析

一、Facebook 社團張貼文章

如圖 4-1 所示，我們加入了國外有關買賣交易的社團，且在社團裡面張貼出我們的產品，如果有人有興趣並留言，我們也會留言歡迎他們參觀我們的網站，增加我們商品曝光率！

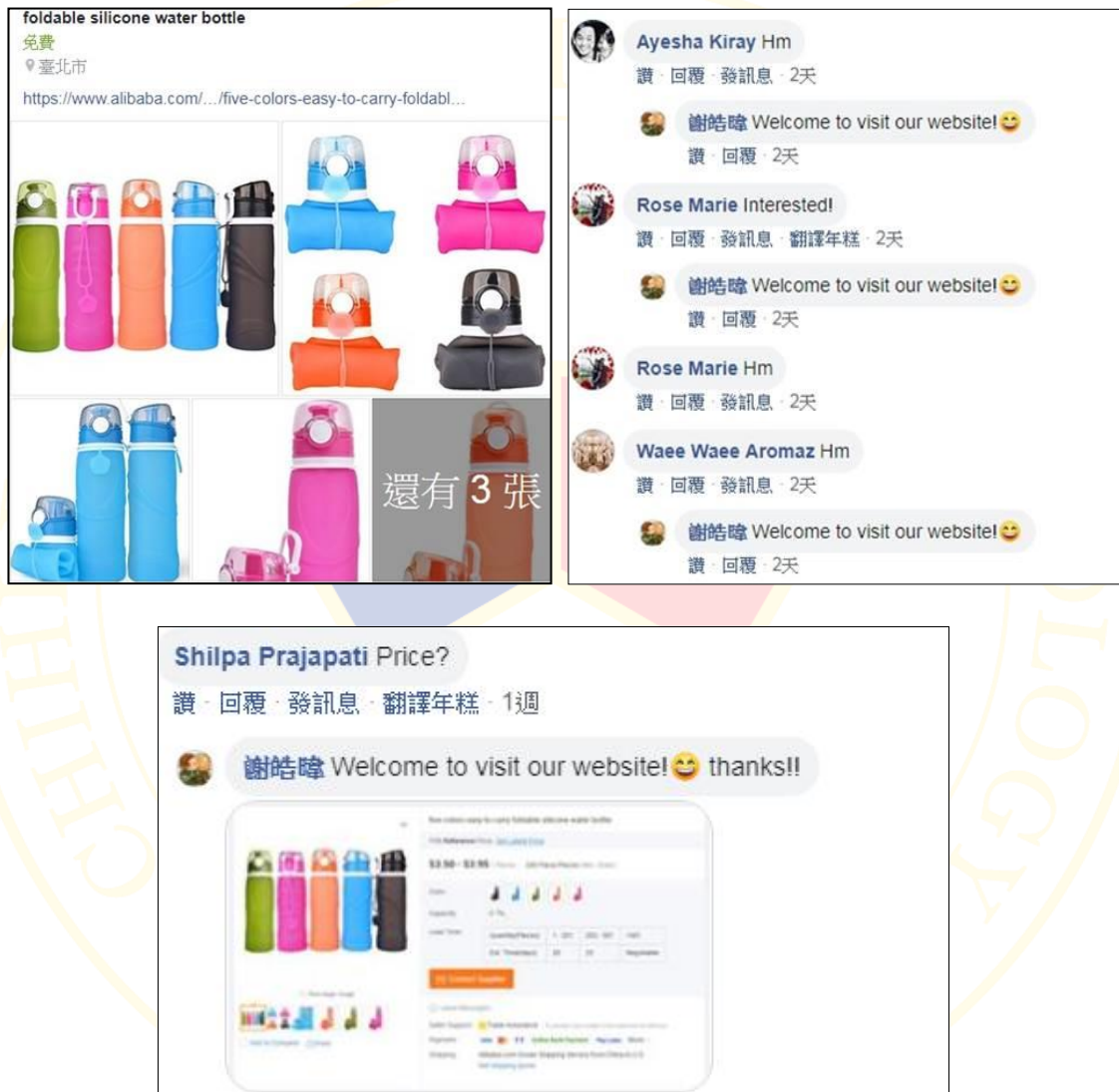


圖 4-1 在 FB 各社團裡 PO 的拍賣文及回應

二、Instagram 張貼文章並使用 #Hashtag 標籤

如圖 4-2 所示，我們運用現在大多年輕人都喜歡的社群平台『Instagram』，張貼出我們的宣傳影片，並加上 TAG 相關詞，以利增加曝光率、吸引使用者注目。張貼出影片不久後，有位 Instagram 使用者密了我們，如圖 4-3 所示，交流過後發現對方是水壺製造工廠，想詢問我們團隊是否可以跟他一起合作。



圖 4-2 在 Instagram 上 PO 的宣傳影片



圖 4-3 Instagram 上的回應

第二節 EDM 行銷分析

一、設計 EDM，並使用相關元件送出

我們利用『pro.beefree.io』網站，製作我們商品的 EDM，成品如圖 4-3 所示，EDM 展示了我們需要對象與我們合作，以及為什麼要跟我們合作、商品特色有哪些，商品特色重點處用了顯眼的白色標示出來，方便觀看者可以直接觀看重點！



圖 4-4 EDM 成品圖

二、利用『XTractor』以及『Yet Another Mail Merge』軟件

我們利用 XTractor 元件在 FB 社團裡蒐集了團員信箱，並貼在 Google 試算表整理，再利用 Yet Another Mail Merge 元件發送我們的 EDM，並追蹤信件出去後是否有所動作，如圖 4-5 所示，EMAIL_SENT 表是信件已寄送出去，但並沒有任何動作，EMAIL_OPENED 表示信件已被開啟閱覽過，EMAIL_CLICKED 代表開啟閱覽過且有點擊 EDM 裡的超連結。



圖 4-5 XTractor 頁面

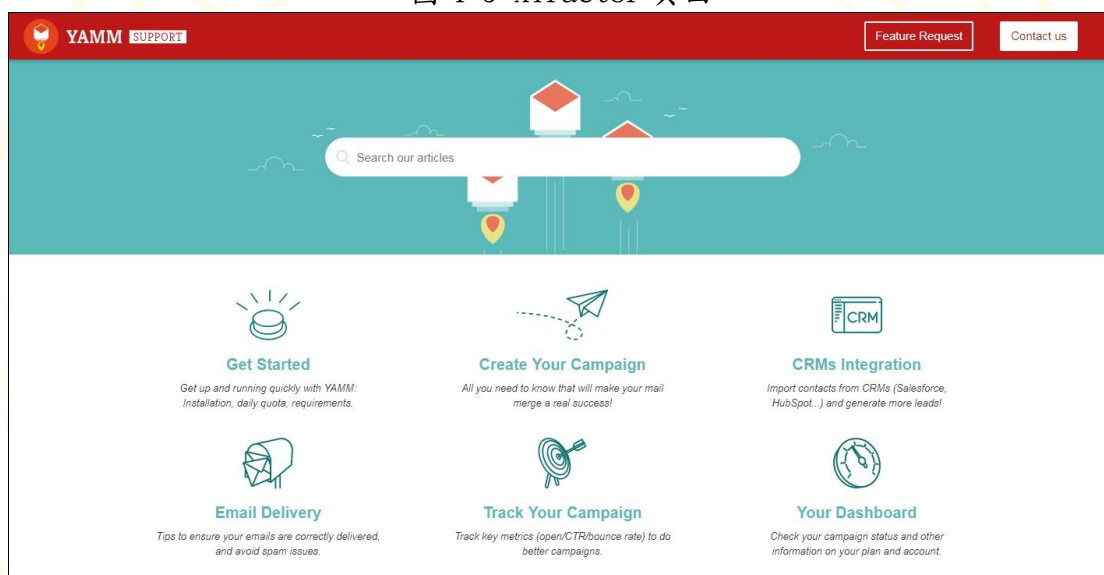


圖 4-6 Yet Another Mail Merge 首頁

[redacted]@gmail.com	EMAIL_CLICKED
[redacted]@yahoo.com	EMAIL_SENT
j [redacted]@gmail.com	EMAIL_SENT
[redacted]@shivex.com	EMAIL_SENT
[redacted]@gmail.com	EMAIL_OPENED

圖 4-7 EDM 發送狀態

第三節 阿里巴巴平台行銷分析

一、RFQ 市場

使用『RFQ 市場』主動搜索相關買家。如圖 4-8 所示，我們使用阿里巴巴的 RFQ 市場功能，搜尋是否有買家也在尋求有關我們的相關商品，雖然條件可能不是買家所要求的，但利用這種採購商機，可以讓我們的商品增加曝光，如果對方滿意我

們的商品，甚至可以細談合約、下訂單。

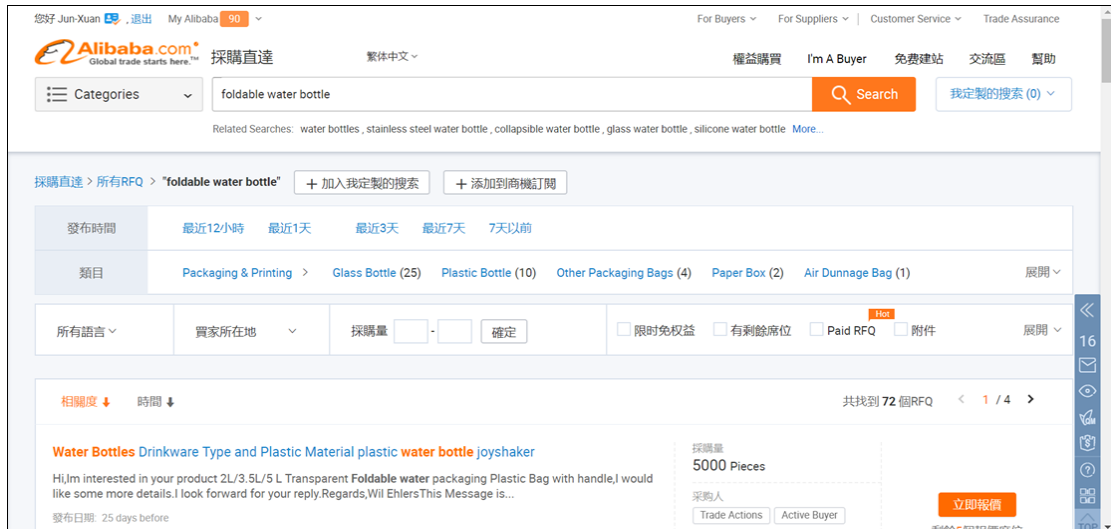


圖 4-8 RFQ 頁面

二、名片

如圖 4-9 所示，這是我們使用了 RFQ 市場後，所收到的買家名片，上面記載著姓名、信箱、以及國家，方便日後如要詳談所要的資訊。並且也能夠直接利用平台與名片的買家聯繫。

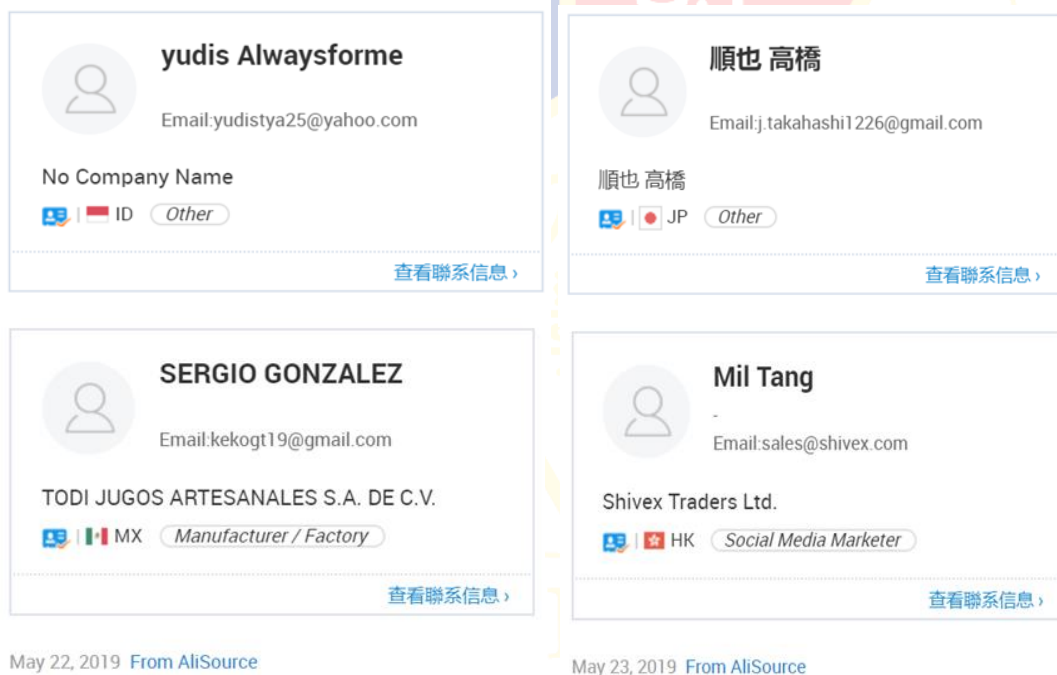


圖 4-9 收到的名片

三、相關後臺數據分析

如圖 4-10 所示，在我們上架商品後，我們運用了在社群網路 PO 文、發送 EDM、RFQ 市場來增加我們的曝光率，上面清楚的顯示在我們商品上架後，我們的商品相關數據有緩慢增加。

產品效果趨勢

產品名稱:five colors easy to carry silicone collapsible water bottle

2019-05-01~2019-05-30, 其中, 曝光36, 點擊1, 點擊率2.78%, 訪客27, 回訪0, 回訪率0.00%。

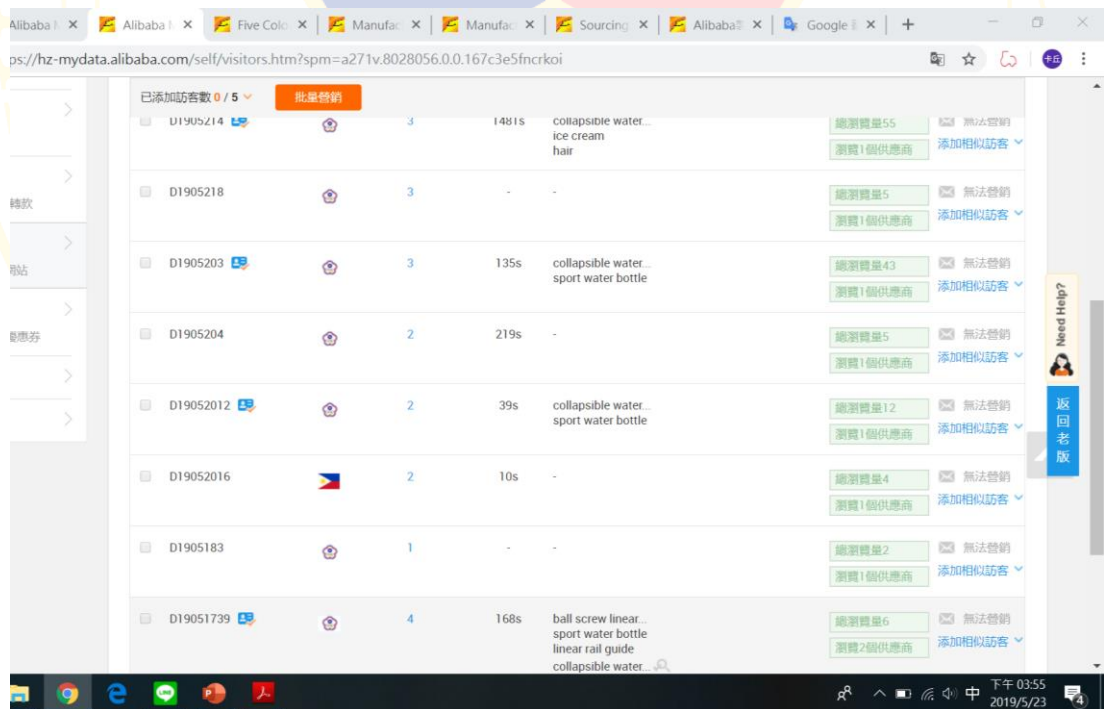
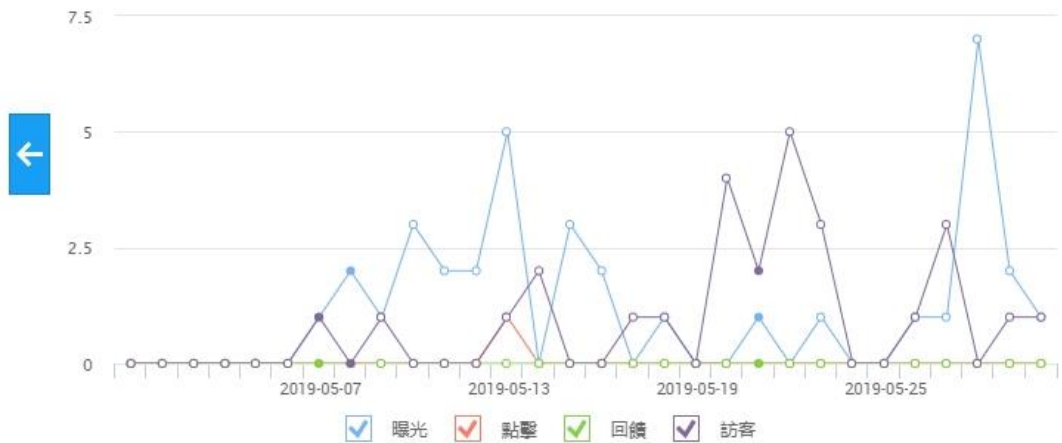


圖 4-10 後台數據

第五章 結論與建議

從一開始透過老師的介紹，本團隊參加了阿里巴巴培訓課程，在課程當中讓我們第一次接觸到了跨境電商平台-阿里巴巴平台，並且了解阿里巴巴中的專有名詞，例如：熱門搜索詞、RFQ 市場、外貿直通車、數據管家、產品信息質量分數……等等。在學習的過程中，我們才體會到電商平台經營與建置的不容易，並不是只要將商品上架就能夠自己有曝光率、點擊率，更不用說是訂單了。

今年又參與了「台北市電商大賽」，從比賽當中我們開始累積實戰經歷，了解如何使用現代科技跟商業行為做為結合。上架商品前要先清楚了解公司的背景、分析客群及如何增加商品曝光率，這些事前功課都是關鍵！在實際操作後，發現產品信息質量分數取決於主圖順序的重要性，並且要使用熱門的關鍵字，才能提升曝光率，使產品更容易被買家看到。

經過我們仔細地討論後，發現我們不足的地方是曝光率，所以我們利用 facebook、Instagram 張貼文章及發布影片和 RFQ 商機，讓我們的曝光率能提升。雖然目前為止競賽中還沒有交出很漂亮的成績單…不過在這段期間，真的學到很多有關線上平台買賣的知識、技巧！透過團隊的幫助解決這些問題真的很有成就感，也學習到不少東西，收穫良多，如果未來還能參加相關競賽，我想我們應該能熟能生巧。

科技日新月異及網路普及化並且越來越進步，相似的平台越來越多，也使消費者有許多的選擇，要如何從眾多的選擇中脫穎而出，成為消費者萬中選一的平台，就必須好好優化自身的產品頁，及善用廣告、媒體的方式。

參考文獻

MBA 智庫百科_網路營銷

<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%BD%91%E7%BB%9C%E8%A1%8C%E9%94%80>

2019 社群新趨勢：四大社群行銷的經營手法

<https://gremlinworks.com.tw/social-media>

BlueEyes_子郵件行銷

https://ilearning.itraining.com.tw/Marketing_edm-en.php

DIGITIMES_RFQ

https://www.digitimes.com.tw/tw/dt/n/shwnws.asp?cnlid=10&id=0000125462_vxz56qya5b9rvs3mpextj

維基百科_主題標籤 Hashtag

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%B8%BB%E9%A1%8C%E6%A8%99%E7%B1%A4>

阿里巴巴常見問題_熱門搜索詞

<https://service.alibaba.com/hc/supplier/detail/20140399.htm>

阿里巴巴常見問題_數據管家

<https://service.alibaba.com/hc/supplier/detail/20144172.htm>

MBA 智庫百科_經銷商

<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%BB%8F%E9%94%80%E5%95%86>

維基百科_OEM

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E4%BB%A3%E5%B7%A5%E7%94%9F%E4%BA%A7>





畢業專題 系統操作手冊

【專題執行計畫表】

組名	皮卡皮卡皮卡丘		
組員	班級	學號	姓名
	資三 B	10510245	徐家琳
	資三 B	10510216	彭兆辰
	資三 B	10510220	黃竣炫
	資三 B	10510202	謝皓暉
	資三 B	10510206	林泓安
選定合作單位	名稱	正晴偉業股份有限公司	
	負責人	黃華正	聯絡人 Zoe Hsieh
	電話	(02)27626853	電話 (02)27626853
	地址	台北市信義區松隆路 102 號	
	業務描述	<p>正晴偉業股份有限公司於 1981 年由董事長黃華正先生率領有志同仁共同創立，由出口空調零件起家，逐步拓展業務，延伸成為進出口貿易商，1994 年起連續多年獲頒經濟部全國前 3000 名績優進出口商的殊榮，奠定正晴在國際貿易業界的聲譽。1998 年，正晴為求永續經營，斥資成立自有生產工廠，開始邁出正晴集團 (Best Partner Group) 的第一步。</p>	
專題名稱	跨境電商平台與建置		
專題資訊系統功能描述	<p>本專題結合跨境電商平台，以阿里巴巴平台上架產品，利用阿里巴巴平台使公司及產品增加曝光率。</p>		
指導老師簽名		日期	107 年 12 月 25 日
備註			

【專題工作分配表】

組名	皮卡皮卡皮卡丘		填寫人	彭兆辰		
專題名稱	跨境電商平台與建置		填寫日期	108年5月25日		
	工作人員	徐家琳	彭兆辰	謝皓暉	黃竣炫	林泓安
工作項目						
資料蒐集		✓	✓	✓	✓	✓
平台內容討論與創意發想		✓	✓	✓	✓	✓
問卷製作		✓	✓			
會議紀錄		✓	✓			
意見整合、與廠商溝通		✓	✓	✓	✓	✓
訪談紀錄				✓		
PPT製作		✓	✓			
平台內容資料整理、修圖		✓	✓	✓	✓	
平台內容統整		✓	✓	✓	✓	✓
計劃書整合		✓	✓	✓	✓	✓

【GANTT 圖】

組名	皮卡皮卡皮卡丘	填寫人	彭兆辰
專題名稱	跨境電商平台與建置	填寫日期	108年5月31日

識別碼	任務名稱	開始	完成	期間	2018年							
					12月	01月	02月	03月	04月	05月	06月	
1	了解阿里巴巴後台	2018/11/20	2018/12/20	23d	■							
2	分享蒐集的論文及文獻資料	2018/12/20	2019/1/3	11d		■						
3	認識模擬產品及所屬產業	2019/1/3	2019/2/25	38d			■					
4	參與跨境電商比賽	2019/3/13	2019/6/20	72d						■		
5	認識媒合廠商產品及公司背景	2019/3/13	2019/3/29	13d						■		
6	與廠商溝通產品細節	2019/3/15	2019/3/20	4d							■	
7	找尋產品關鍵字及製作EDM	2019/3/29	2019/4/15	12d							■	
8	寄送EDM	2019/5/8	2019/5/20	9d								■
9	上架產品	2019/4/15	2019/5/8	18d								■
10	製作專題報告書及PPT	2019/5/1	2019/5/20	14d								■
11	專題報告書修改	2019/5/21	2019/5/31	9d								■



【開發工具清單】

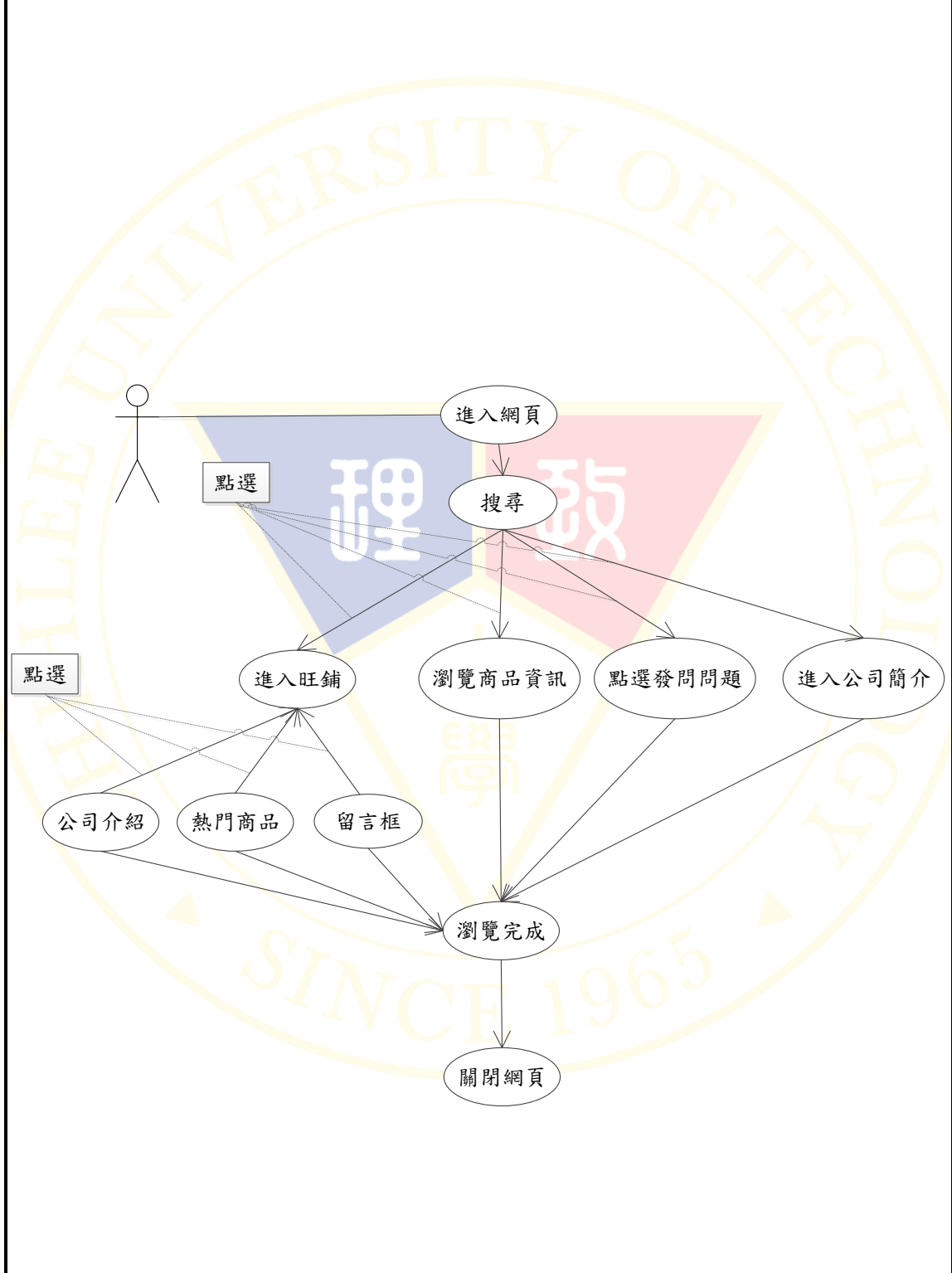
組名	皮卡皮卡皮卡丘	填寫人	徐家琳
專題名稱	跨境電商平台與建置	填寫日期	108年5月15日
名稱		功能	
BeeFree.io-		免費的線上 EDM 製作網頁	
XTractor2.8		是一套 Chrome 瀏覽器的外掛程式，可有效抓取從 Facebook 已開放社團的成員名單。	
Yet Another Mail Merge		Google 試算表外掛，可一次寄出大量客製化的電子郵件	
PhotoShop		修圖軟體	
阿里巴巴平台		上架產品	
威力導演		製作影片	

【需求訪談計畫表】

組名	皮卡皮卡皮卡丘	填寫人	謝皓暉
專題名稱	跨境電商平台與建置	填寫日期	108年5月1日
訪問時間	訪問內容		
2019/3/20	<ol style="list-style-type: none"> 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 		
2019/3/30	<ol style="list-style-type: none"> 1. 商品相關屬性 2. 商品素材來源 3. 自定義屬性 4. 商品是否可以盛裝沸水 5. 商品是否持有保溫效果 6. 商品生產地 7. 是否可以線上拿樣品 8. 買家可以直接下單嗎? 		
2019/4/10	<ol style="list-style-type: none"> 1. 不同下單量所要的配送天數 2. 商品的詳細規格 		

【使用個案圖】

組名	皮卡皮卡皮卡丘	填寫人	彭兆辰
專題名稱	跨境電商平台與建置	填寫日期	108年5月10日

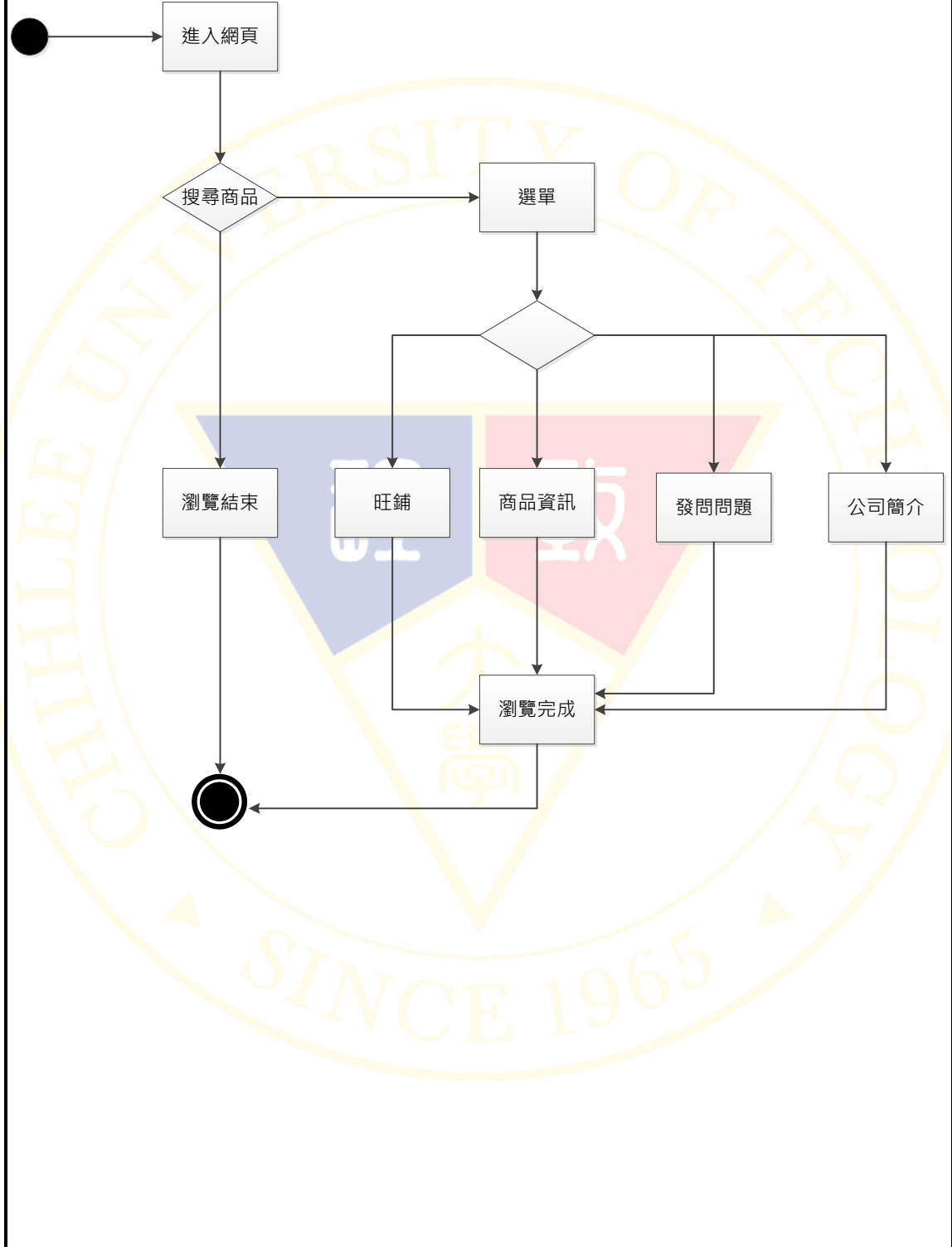


【資料詞彙】

組名	皮卡皮卡皮卡丘	填寫人	黃竣炫
專題名稱	跨境電商平台與建置	填寫日期	108 年 5 月 15 日
<p>1. EDM: 電子郵件行銷 (Email Marketing) 是一種利用電子郵件為其傳遞商業或者募款訊息到其聽眾的直銷形式。就廣義來說，每封電子郵件傳送到潛在或現行客戶都可視為電子郵件行銷。</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. Hashtag: 主題標籤 (Hashtag), 又稱為話題標記、題標, 是網際網路的元資料標籤類型之一, 由一個井號 (在新浪微博則是兩個井號) 加上一個詞、單字, 或沒有空格的一句話所構成。通常使用在微部落格及社群網站的貼文中, 用來將各篇獨立的貼文串連在一起。如此一來使用者便可以藉著各種題標連結到同一個平台內標記有相同題標的貼文。</p> <p>4. 熱門搜索詞: 您可以輸入關鍵詞查看相關詞的搜索熱度情況(搜索熱度越高, 代表越熱門)。 熱門搜索詞更新時間為美國時間每月 3 日。 連續 6 個月累計賣家搜索熱度大於或等於 120 的詞才會顯示(搜索熱度太低不具參考意義)。 熱門搜索詞一頁最多顯示 30 個關鍵詞。</p> <p>5. 數據管家: 數據管家是阿里巴巴國際站為幫助用戶分析數據, 提供的一個後臺功能。</p> <p>6. 經銷商: 經銷商是指在某一區域和領域只擁有銷售或服務的單位或個人, 經銷商具有獨立的經營機構, 擁有商品的所有權(買斷製造商的產品/服務), 獲得經營利潤, 多品種經營, 經營活動過程不受或很少受供貨商限制, 與供貨商責權對等。</p> <p>7. 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。 OEM 廠商通常擁有充裕、廉價的勞動力, 提供國際市場所需的製造、組裝產品之委託服務。</p>			

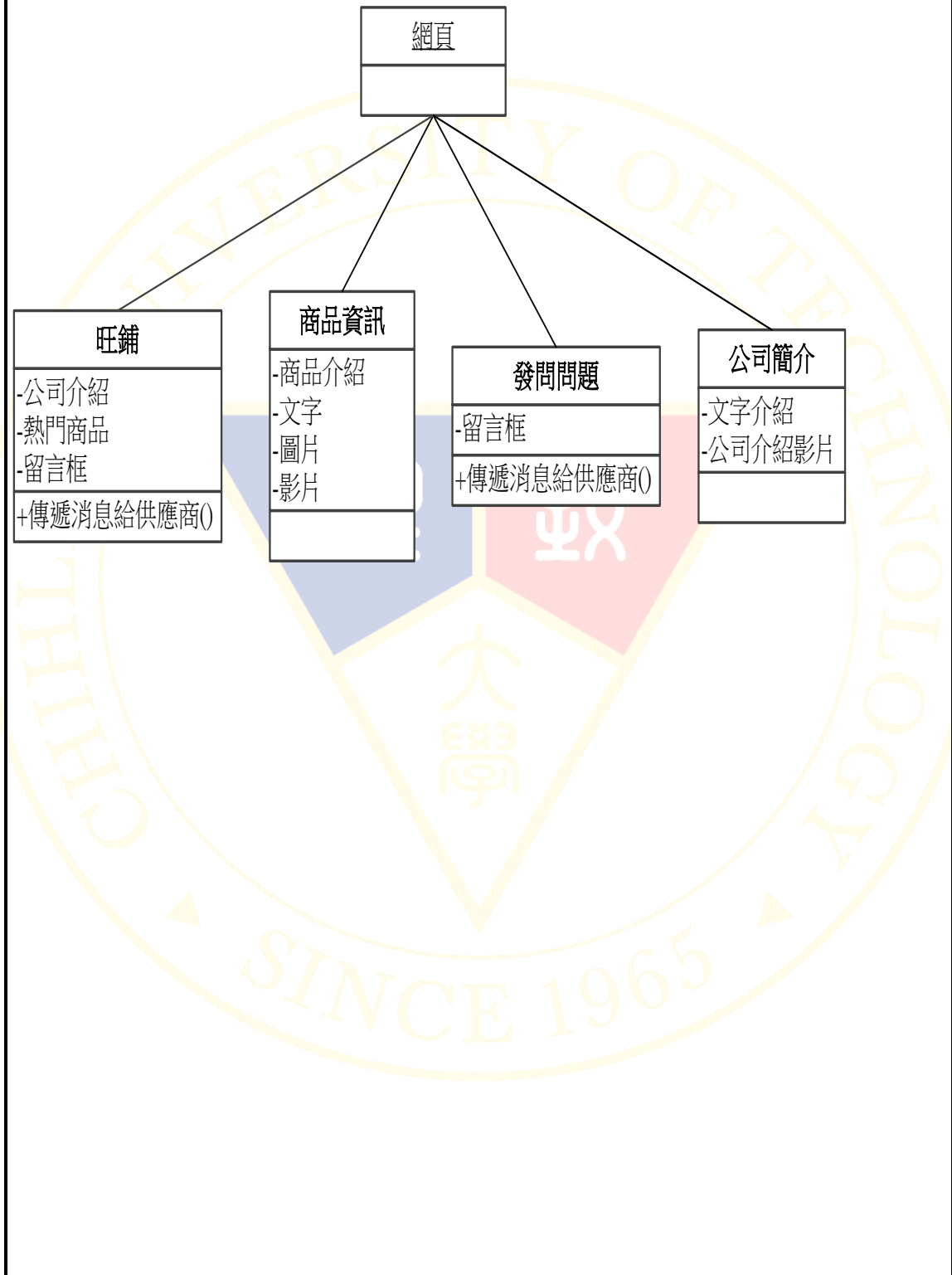
【活動圖】

組名	皮卡皮卡皮卡丘	填寫人	彭兆辰
專題名稱	跨境電商平台與建置	填寫日期	108年5月15日

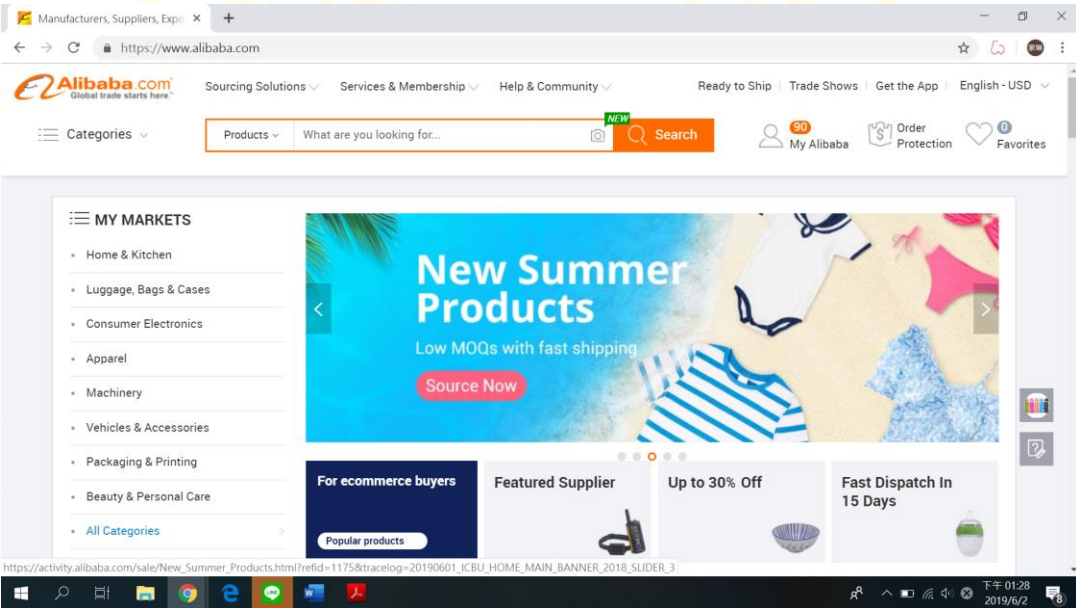


【類別圖】

組名	皮卡皮卡皮卡丘	填寫人	彭兆辰
專題名稱	跨境電商平台與建置	填寫日期	108年5月15日



【使用者操作手冊】

組名	皮卡皮卡皮卡丘	填寫人	徐家琳
專題名稱	跨境電商平台與建置	填寫日期	108年5月20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. 最上方是搜尋欄，使用者可以直接輸入想要查找商品的名稱、關鍵詞。 2. 左邊的區塊是產品類別，使用者可利用此區塊以類別查找商品。 		

【使用者操作手冊】

組名	皮卡皮卡皮卡丘	填寫人	徐家琳
專題名稱	跨境電商平台與建置	填寫日期	108年5月20日
畫面編號	02	畫面名稱	商品頁面
系統畫面			
操作說明	<ol style="list-style-type: none"> 1. 最上方是搜尋欄，使用者可以直接輸入想要查找商品的名稱、關鍵詞。 2. 右邊的區塊是公司資訊，供使用者能夠更了解公司資訊及所販售之商品。 		

【專案結案報告】

組名	皮卡皮卡皮卡丘	填寫人	徐家琳
專題名稱	跨境電商平台與建置	填寫日期	108年6月2日

<div style="text-align: center;">  <p>Mil Tang Email: sales@shivex.com</p> <p>Shivex Traders Ltd.</p> <p>  Social Media Marketer</p> <p style="text-align: right; color: #00aaff;">查看聯系信息 ></p> </div>	<div style="text-align: center;">  <p>順也 高橋 Email: j.takahashi1226@gmail.com</p> <p>順也 高橋</p> <p>  Other</p> <p style="text-align: right; color: #00aaff;">查看聯系信息 ></p> </div>
---	---

May 23, 2019 [From AliSource](#)

May 23, 2019 [From AliSource](#)

Manufacturers, Suppliers, Expo x Alibaba Manufacturer Director x Alibaba Manufacturer Director x Google 翻譯


← → ↻ <https://hz-mydata.alibaba.com/sell/product/effective.htm?spm=a271v.8028056.0.0.50cf3e5fX8Mjtc>

客戶管理

產品效果趨勢

產品名稱: five colors easy to carry foldable silicone water bottle

2019-04-23-2019-05-22, 其中, 曝光23, 點擊1, 點擊率4.35%, 訪客18, 回購0, 回購率0.00%.



單位: 天 周 月

您有 3 項 歷史操作記錄

- 2019-05-21
 - 調整產品信息配置
 - 修改產品標題: 調整前 < five colors easy to carry foldable silicone water bottle > 調整後 < five colors easy to carry silicone collapsible water bottle >
- 2019-05-08
 - 調整產品信息配置
 - 修改產品詳情
- 2019-05-07
 - 付費推廣
 - 產品啟動外賣直通車推廣



【會議記錄】

專題名稱	跨境電商平台與建置				
會議編號	01	召集人兼主席	徐家琳	紀錄者	彭兆辰
討論主題	了解阿里巴巴後台			會議時間	107/11/20 13:20
				會議地點	圖書館研究小間
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
	參加阿里巴巴培訓課程		各自回家探討阿里巴巴後台		全體
本次會議內容	<p>參加阿里巴巴培訓課程，使組員可以對跨境電商平台-阿里巴巴平台有所認識，並且有所運用。蒐集模擬商品的關鍵字、研究付款條件及阿里巴巴國際站。</p>				
決議事項（與主席裁示）					
<p>由全體組員共同進行，分享各自對於阿里巴巴的看法及對平台的不熟悉。感謝老師指引我們參加阿里巴巴培訓課程，為了以後平台的建置經驗做準備。</p>					
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	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	時間
					地點
預定討論主題	分享各組員蒐集的論文及文獻資料				
指導老師意見					

【會議記錄】

專題名稱	跨境電商平台與建置				
會議編號	02	召集人兼主席	徐家琳	紀錄者	彭兆辰
討論主題	分享蒐集的論文及文獻資料			會議時間	107/12/20 13:30
				會議地點	圖書館研究小間
上次會議	決議事項		執行狀況		
	分享各自對跨境電商平台的看法		踴躍提出各自想法		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	請組員各自蒐集相關資訊並於下次開會中提出討論		各自完成分配的工作，並且資訊多元化		全體
本次會議內容	參考蒐集到的資料內容，能夠使組員更加了解跨境電商平台並且對未來的專題方向有所幫助。				
決議事項（與主席裁示）					
全體組員必須踴躍提出自己的看法，才能讓專題的進行更佳的順利。					
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	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	時間
					108/1/3 13:30
					地點
					圖書館研究小間
預定討論主題	認識模擬產品及所屬產業				
指導老師意見					

【會議記錄】

專題名稱	跨境電商平台與建置					
會議編號	03	召集人兼主席	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	
討論主題	認識模擬產品及所屬產業			會議時間	108/1/3 13:30	
				會議地點	圖書館研究小間	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	蒐集相關資訊並於會議中討論		各組員皆有完成份內工作			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	在最後一次阿里巴巴培訓課程中模擬上架商品		尋找產品及產業相關資料並且在平台中模擬上架		全體	
本次會議內容	尋找產品相關的關鍵字、熱門搜索詞，與平台建置的方法，並且優化產品頁面使產品信息質量分數提升。					
決議事項（與主席裁示）						
組員們分工合作並了解優化平台建置的方法，為日後與廠商合作奠定了基礎！了解跨境電商比賽的規則並且參與了比賽。						
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	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	時間	108/3/13 13:30
					地點	圖書館研究小間
預定討論主題	參與跨境電商比賽					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	跨境電商平台與建置					
會議編號	04	召集人兼主席	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	
討論主題	參與跨境電商比賽			會議時間	108/3/13 10:30	
				會議地點	圖書館研究小間	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	尋找產品及產業的資料和關鍵字及熱門搜索詞		模擬商品上架成功			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	參加台北市電商大賽說明會，並且與媒合廠商洽談		與媒合廠商洽談		全體	
本次會議內容	了解媒合廠商公司背景及即將上架的商品資訊，並請廠商開為本團隊設立子帳號。					
決議事項（與主席裁示）						
參與了「台北市電商大賽」，讓我們能夠實戰操作。						
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	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	時間	108/3/25 13:30
					地點	圖書館研究小間
預定討論主題	上架產品的前置作業					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	跨境電商平台與建置					
會議編號	05	召集人兼主席	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	
討論主題	上架產品的前置作業			會議時間	108/3/25 13:30	
				會議地點	圖書館研究小間	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	與媒合廠商聯繫		廠商開設子帳號權限			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	與廠商開會討論		與廠商確認完畢產品的相關資訊及價格，並開始準備上架。		全體	
本次會議內容	<p>經過三次與廠商的開會討論，終於將產品資訊彙整完畢，並開始準備上架於阿里巴巴平台。</p> <p>在與廠商溝通的過程中，決定要向廠商拿取產品樣品進行短片拍攝。</p>					
決議事項（與主席裁示）						
各組員必須同心協力、分工合作才能夠發揮團結力量大的精神！						
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	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	時間	108/4/25 13:30
					地點	圖書館研究小間
預定討論主題	製作 EDM 並且準備發布產品					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	跨境電商平台與建置					
會議編號	06	召集人兼主席	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	
討論主題	製作 EDM 並且準備發布產品			會議時間	108/4/25 13:30	
				會議地點	圖書館研究小間	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	確認產品的相關資訊及價格		開始準備上架			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	找尋產品關鍵字及製作 EDM		完成 EDM 設計		全體	
本次會議內容	使用 beefree.io 設計 EDM。					
決議事項 (與主席裁示)						
設計 EDM 的目的為增加產品曝光率、點擊率。						
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	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	時間	108/5/1 13:30
					地點	圖書館研究小間
預定討論主題	開始撰寫專題報告書					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	跨境電商平台與建置				
會議編號	07	召集人兼主席	徐家琳	紀錄者	彭兆辰
討論主題	撰寫專題報告書			會議時間	108/5/1 13:30
				會議地點	圖書館研究小間
上次會議	決議事項		執行狀況		
	利用製作 EDM 來增加產品曝光率、點擊率		將 EDM 設計完畢		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	開始撰寫專題報告書及簡報		分配各組員工作內容		全體
本次會議內容	第一章-黃竣炫 第貳章-林泓安 第參章-徐家琳、彭兆辰 第肆章-謝皓暉 第伍章-徐家琳、彭兆辰				
決議事項 (與主席裁示)					
各組員應在期限內完成自己的份內工作，才能使專題進度進行得更加順利。					
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	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	時間
					108/5/8 13:30
					地點 圖書館研究小間
預定討論主題	發布產品及寄送 EDM				
指導老師意見					

【會議記錄】

專題名稱	跨境電商平台與建置					
會議編號	08	召集人兼主席	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	
討論主題	發布產品及優化			會議時間	108/5/8 13:30	
				會議地點	圖書館研究小間	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	撰寫專題報告書及簡報		確實執行			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	於阿里巴巴平台上正式將產品上架		以多種行銷方式提升曝光率、點擊率		全體	
本次會議內容	發送 EDM-謝皓暉 Facebook 張貼文章-謝皓暉 Instagram 張貼文章-徐家琳 RFQ 市場-徐家琳					
決議事項 (與主席裁示)						
上架產品後最重要的就是要有流量，期望成績越來越好！						
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	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	時間	108/5/21 13:30
					地點	圖書館研究小間
預定討論主題	專題報告書修改					
指導老師意見						

【會議記錄】

專題名稱	跨境電商平台與建置					
會議編號	09	召集人兼主席	徐家琳	紀錄者	彭兆辰	
討論主題	專題報告書修改			會議時間	108/5/31 13:30	
				會議地點	圖書館研究小間	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	上架產品		成功將產品上架於阿里巴巴平台			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	專題報告書及簡報完成		檢查報告書最後成果		全體	
本次會議內容	全組共同討論此報告書及簡報是否還有什麼問題。					
決議事項 (與主席裁示)						
確認報告書及剪報內容無誤，期望專題報告順利進行完成!						
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						

