



致理科技大學

資訊管理系專題報告

電商平台經營及優化

E-commerce platform operation and optimization

專題生：10610202 張晉豪
10610219 張立穎
10610227 潘國洋
10610246 陳俊瑋
10610255 鄭宇庭
10610256 莊子賢

中華民國 109 年 10 月

致理科技大學

專題報告審核書

本校資訊管理系（所）張晉豪(10610202)、張立穎(10610219)、潘國洋(10610227)、陳俊瑋(10610246)、鄭宇庭(10610255)、莊子賢(10610256)等君所提論文電商平台經營及優化經本委員會審定通過，特此證明。

口試委員會

理

致

委員：

指導教授：

系主任：

中華民國 109 年 10 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

108 學年度第 2 學期所撰寫。

專題名稱： 電商平台經營及優化

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 年 月 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：

指導老師姓名：

中華民國 110 年 3 月 24 日

摘要

專題報告名稱：電商平台經營及優化

頁數：47

校系別：致理科技大學資訊管理系

完成時間：109 學年度第 2 學期

專題生：張晉豪、張立穎、潘國洋、陳俊瑋、鄭宇庭、莊子賢

指導教授：蘇啟鴻

關鍵詞：跨境電商、優化、曝光

科技為人創造便利性也帶來改變。然而，什麼樣的方法可以讓人們在短時間內一眼就能找到你的電商網站或產品。

在數位時代裡，所有領域都是翻倍成長的，彼此的競爭程度無比激烈，而我們首要目標就是經營跨境電商這個領域，優化電商平台，並為廠商爭取更多的曝光率跟商機。

我們經營阿里巴巴電商平台，目的是讓店家有更多的曝光並增加商機。我們開發後台的賣場環境，豐富商品的多樣性，還優化了店鋪的競爭能力，營造更多個客群。

電子商務已經是這個時代的先鋒，而且是不會停止的未來趨勢，我們很榮幸能有這個機會利用所學之技能，經營及優化網路店鋪，來達到更好的曝光效果與最好的消費環境，期待未來與廠商一起成長。

ABSTRACT

Thesis Title : E-commerce platform operation and optimization

Pages : 47

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : March, 2021

Degree : Master

Researcher : 張晉豪、張立穎、潘國洋、陳俊瑋、鄭宇庭、莊子賢

Advisor : 蘇啟鴻

Keywords : cross-border e-commerce 、optimize 、exposure

Technology has created convenience for people and also brought changes. However what kind of method would allow people to find your e-commerce website or product at a glance in a short period of time.

In the digital era, all fields are doubling and the competition between each other is extremely fierce, and our primary goal is to operate the field of cross-border e-commerce, optimize e-commerce platforms and strive for more exposure and business opportunities to manufacturers.

We operate the Alibaba e-commerce platform with the goal that the store to have more exposure and increase business opportunities. We developed back-end store environment, enriched the variety of products, and optimized the competitiveness of stores to create more customer groups.

E-commerce is the vanguard of this era, and it is a future trend that will never end. We are honored to have this opportunity to use the skills we have learned to operate and optimize online stores to achieve better exposure and and best consumption environment. We look forward to growing with the manufacturer to the future.

誌謝

本次專題能順利完成首先要感謝我們的指導老師 蘇啟鴻 老師，在大二的时候就推薦我們去參加阿里巴巴的課程，讓我們了解了平常比較少接觸到的平台，也因為有了大二的課程讓我們在後來的競賽能有一定的基礎。也感謝老師在我們遇到問題時能適時幫助我們，讓我們能順利完成本次專題。

還要感謝這次跟我們合作的廠商-鉅門工業有限公司，感謝廠商願意相信我們給我們這次的機會去實際操作平台，在操作上也給我們很大的空間，從產品拍攝到上架都交給我們處理。經過這幾個月的合作，也讓我們在訂單獎中拿到了不錯的成績。

也感謝這次在阿里巴巴競賽中幫助過我們的老師們，我們能順利與廠商媒合都要感謝這些老師們的幫忙。還有我們的教練 華特，雖然我們碰面的機會不多，但教練也會在我們需要幫助的時候協助我們，讓我們更進步。

最後要感謝本組專題的每位成員，大家在這次專題中都扮演著重要的角色，雖然過程中會有意見不合的時候，但經過成員間互相溝通討論，了解彼此間的想法，最後完成了這次的專題，希望透過本次專題大家都學到了很多，未來也能更進步。

張晉豪、張立穎、潘國洋、陳俊瑋、鄭宇庭、莊子賢 謹致
致理科技大學 資訊管理 學士班
中華民國 110 年 3 月

目錄

中文摘要	i
ABSTRACT	ii
誌謝	iii
目錄	iv
圖目錄	v
表目錄	vi
第壹章 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	1
第三節 研究流程圖	1
第貳章 文獻回顧與探討	2
第一節 電子商務的定義	2
一、電子商務 (Electronic Commerce)	2
二、跨境電子商務 (Cross-Border e-Commerce)	2
第二節 電子商務發展歷程	2
第三節 電子商務發展趨勢	3
第參章 研究內容與方法	4
第一節 電商定義	4
第二節 電商平台	4
第三節 阿里巴巴	4
一、研究架構圖	5
第肆章 分析結果	6
第一節 阿里巴巴電商平台優化分析	6
一、阿里巴巴電商平台優化分析流程	6
二、RFQ	8
第伍章 結論與未來展望	9
第一節 結論	9
第二節 未來展望	9
參考文獻	10
附錄	
附錄一 畢業專題 系統操作手冊	11

圖目錄

圖 1-1 研究流程圖	1
圖 3-1 研究架構圖	5
圖 4-1 阿里巴巴電商平台優化分析流程	6
圖 4-2 數據分析流程	6
圖 4-3 阿里巴巴後台數據	6
圖 4-4 阿里巴巴後台數據-流量及商機	7
圖 4-5 阿里巴巴後台數據-RFQ	8



表目錄

表 2-1 電子商務發展歷程	2
表 3-1 各角度之電商定義	4
表 3-2 各平台特色比較	4
表 3-3 阿里巴巴平台介紹	5
表 3-4 研究架構圖說明	5
表 4-1 後臺優化方式	8
表 4-2 增加客戶量之解決方法	8



第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

一、研究背景

近年來網際網路快速發展、資訊的傳遞速度急遽增加、網路商店也如雨後春筍般的設立，網路購物成為了電腦網路科技興起之後所帶動的新興行業，消費者逐漸改變其購買行為，從傳統實體市場的以物易物，到現在要求便利與快速的方式，讓消費者透過網際網路購買商品的消費管道。根據「2019 年台灣網路報告」調查結果推估全國 12 歲以上上網人數達 1,898 萬人，而全國上網人數經推估已達 2,020 萬，整體上網率達 85.6%。調查顯示 12 歲以上個人曾經上網率該年達到 89.6%，為歷年最高，推估全國上網人數也是首次突破兩千萬人，上網率增加較多的年齡層為 55 歲以上族群，共增加兩成。

現行商業發展近年來面臨結構性的改變，大型量販店、購物中心衝擊傳統行業、無店鋪銷售方式更是改變了消費者的習慣，「無店鋪零售」源自於 1871 年美國的「郵購屋」，後來更多了自動販賣機、直銷、電視購物一直到現在最熱門的「網路購物」，目前國內知名網路購物有 PChome、Yahoo!奇摩購物中心、蝦皮購物等，在無遠弗屆的網路世界創造了無限商機。

二、研究動機

利用這次第四屆全國大專院校 B2B 跨境電商競賽的機會，我們進入電商龍頭平台「阿里巴巴」，從賣家的方向觀看買家的消費型態，探討如何經營與優化平台，可以增加消費者的目光與下單數，並了解為什麼阿里巴巴平台能成為電商第一龍頭，經營一個網路平台是否想像中簡單，只要會平台操作就能有交易量，這是我們值得探討的地方。

第二節 研究目的

本研究目的分為以下幾點：

- 一、為什麼選擇優化與經營阿里巴巴商店平台？
- 二、線上與線下的消費行為差異為何？
- 三、跨境電商平台是否真的能推廣在地產業至全球？

第三節 研究流程圖

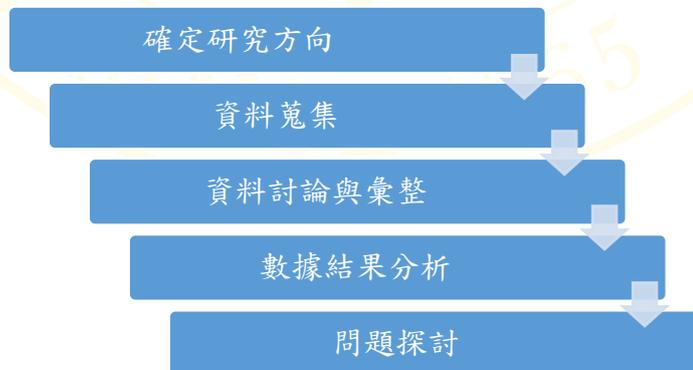


圖 1-1 研究流程圖

資料來源：本研究整理

第貳章 文獻回顧與探討

第一節 電子商務的定義

一、電子商務 (Electronic Commerce)

指利用電腦技術、網路技術和遠程通信技術，實現整個商務過程中的電子化、數字化和網路化。取代了傳統的面對面交易與親自到現場購買商品，讓人們可以直接通過網路獲取商品資訊，並透過完善的物流配送系統和資金結帳系統進行交易。

常見的電子商務模式如下：

(一) 企業對企業(Business to Business)：

企業與企業之間透過電子商務進行交易，注重企業之間網路的建立、供應鏈體系的穩定性。例如：肉品工廠穩定提供肉品給予生鮮超市進行販售。

(二) 企業對消費者(Business to Customer)：

企業與消費者進行電商交易，亦為商業零售。例如：消費者在家樂福線上商城購買物品。

(三) 個人對企業(Consumer to Business)：

為近期的逆向商業模式，以消費者為商業中心，顧客去主導企業銷售。例如：團購議價。

(四) 個人對個人或顧客對顧客(Customer(Consumer) to Customer(Consumer))：

個人透過電商與顧客交易，自己批貨自己行銷。例如：台灣 EBay、蝦皮拍賣、露天拍賣。

(五) 線上到線下(Online To Offline)：

新型電商模式，線上行銷帶動線下消費。例如：阿里巴巴，以商品資訊為核心推區域商品。

二、跨境電子商務 (Cross-Border e-Commerce)

指不同關境的交易主體，通過電子商務平臺達成交易、進行支付結算，並通過跨境物流送達商品、完成交易的一種國際商業活動。主要商業模式為 B2B、B2C。

跨境電商已成為貿易全球化的重要商業模式，不僅打破傳統的貿易模式，更為全球經濟帶來巨大的變動，為無數家企業帶來龐大的商機。

第二節 電子商務發展歷程

表 2-1 電子商務發展歷程

20 世紀 70 年代末	電子資料轉換(EDI)與貨幣轉帳為最初的電子商務，應用採購單與發票等商案文件透過電子資料傳輸。
70-80 年代	資訊分析進入電子商務。
80 年代	信用卡、ATM 與電話銀行開始普及化，受大眾應用，成為電子貿易的開頭。
90 年代後	企業資源計畫(ERP)、資料探勘和資料倉儲也成為了電商的一部分。
1994 年	超文本傳輸安全協定(HTTPS)成立，利用 4 年發展史成熟並應用，達到網路安全。
1998-2000 年	在「.com」時代，電子商務與網路貿易結合，透過虛擬購物車與信用卡支付完成商品服務與購買。
2000 年	零售業發覺電商未來市場與價值，紛紛投入，並增加電子商務功能，例如可以線上訂購食品，在資訊科技快速發展和商業環境的驅動下，電子商務開始快速發展起來。

2014 年	中國網路公司看見跨境電子商務的潛力，阿里巴巴、騰訊開始布局跨境電商，發展至全球。
--------	--

資料來源：維基百科(2020)

第三節 電子商務發展趨勢

在年初 eMarkter 對全球電商市場占比零售銷售的預測為 16.1%，然而隨著疫情肆虐，此比例將從根本層面上大幅提升，這不僅是因為用戶滑手機的時間增長而間接導致電商銷售增加，其實真正造成根本性轉變的原因是因為現在許多人出行受限，而導致越來越多不曾使用過電商的用戶開始嘗試了他們的第一次電商。

不過在市場出現根本性成長的環境下，業者唯有緊握消費者趨勢，才能在這個已經極度競爭的市場中勝出。



第參章 研究內容與方法

電商的相關研究議題十分廣泛，且隨著科技的進步，市場環境也快速變遷。專題理念主要藉由跨境電商的平臺，以此瞭解在國際貿易上，所需具備的相關知識與必備的技能，透過網路文獻的蒐集整理與實際參與比賽，希望能學習到數位行銷的運用方法，或是使用數據做分析。

研究使用的平臺是阿里巴巴，內容主要是幫助廠商優化商品、調整商業定位和分析後台數據，達到增加商機之目的。研究內容會先分析全球電商概況再單獨分析阿里巴巴電商平臺。

第一節 電商定義

電子商務是把傳統線下的商業活動和行為，搬到網際網路上進行，它顛覆人們對商務交易的想像，也改變世界的產業生態。

表 3-1 各角度之電商定義

觀察角度	對電子商務定義
從通訊的角度來看	電子商務是利用電話線、電腦網路或其他介質來傳遞資訊、產品及服務。
從電子技術的角度來看	電子商務是透過一組中間媒介，將數位的輸入轉換成加值輸出的處理過程。
從企業流程的角度來看	電子商務是商業交易及工作流程自動化的技術應用，即所謂 e-corporation。
從上網者的角度來看	電子商務是提供了網際網路上的購買與銷售產品和資訊的能力，讓消費者有更多選擇。
從服務的角度來看	電子商務是企業管理階層想要降低服務成本，及想要提高產品的品質，且加速服務傳遞速度的一種工具。

資料來源：網路資料-電子商務概念(未提供年份)

第二節 電商平台

時至今日電商百家爭鳴，許多行業增相投入，越來越多的網站出現在商家和消費者之間。以上的平台受到廣大消費者青睞，也是很多跨境電商賣家的首選平台。

表 3-2 各平台特色比較

電商平台	特色
亞馬遜	全球最大的電商平台，也是電商平台排名第一的網站。
ebay	美國的電商平台，全球電商平台排名第二。
阿里巴巴全球速賣通	阿里集團旗下唯一面向全球的在線交易電商平台。
淘寶	阿里集團最大的電子商務網站。

資料來源：本研究整理

第三節 阿里巴巴

比賽限制使用的電商平台。中國為主要的市場，現在採取海外擴張的政策，藉此經營不同地區的市場，朝向物流網絡發展，將旗下子公司拼接串連與世界各

地的電子商務市場接軌，建立產業鏈夥伴關係。



表 3-3 阿里巴巴平台介紹

支援語言	包括英語、德語、法語、西班牙語、葡萄牙語、法語、俄語等 16 種語言，南美、俄羅斯等新興市場更是多語言市場重點的拓展區域。
商品種類	超過 40 個行業類目的產品。
支付方式	阿里巴巴集團下的支付寶為支付工具。
賣家評比	賣家評分為五顆星，評分依據為服務態度、商品優劣和出貨速度。
退換貨機制	買賣雙方協商，客服可從中調解。

資料來源：本研究整理

以下內容為本專題計畫書之研究內容與方法：

因為廠商給的是新系列的商品，所以沒有商品完整的資料庫，於是我們查了型號、丈量規格與尺寸，還租借小型攝影棚拍攝商品主圖照，跟廠商確定資料正確無誤後，我們編輯商品內頁，把商品上架到草稿中，包含製作宣傳影片，其中與廠商溝通探討汽車零件的關鍵字與商品代碼，並把商品名稱控制在 50 字內，提高商品分數，以便上架。由於我們的目標是商機獎，因為在曝光、點擊和訪客的流量上都高於同業的平均，教練建議我們可以發揮此優勢，把每個月的 RFQ 額度都報價完；我們也設計旺鋪和主圖視頻，增加商品詞彙、圖片排序調整、板型排版以及增加內容敘述，這些都可以提升商品排名，可以增加廠商商品的曝光。

一、研究架構圖

修改關鍵字、圖片和網頁優化、改善旺鋪為提升賣家排名和銷售量為目標。



圖 3-1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

表 3-4 研究架構圖說明

1	理解業者需求並上架商品，此步驟包含拍攝商品照片與後製
2	商品基本資料確認並進行網頁排版
3	初次商品評分並上架商品試賣
4	買家購入商品回饋給賣家
5	查看後台商品搜尋熱度、關鍵字查詢、買家詢價等狀況
6	修改商品、微調，增加商品分數
7	再次上架商品觀察買氣狀況，完成優化

資料來源：本研究整理

第肆章 分析結果

第一節 阿里巴巴電商平台優化分析

一、阿里巴巴電商平台優化分析流程

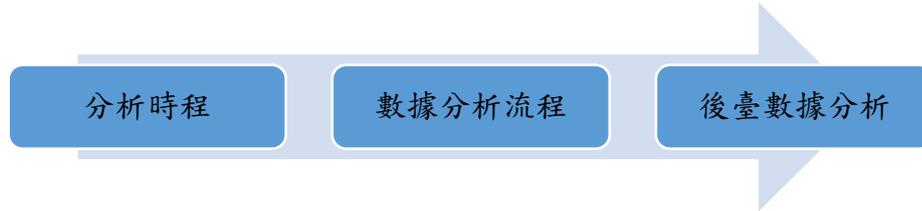


圖 4-1 阿里巴巴電商平台優化分析流程

資料來源：本研究整理

(一) 分析時程

2019/11 一個月時間上架商品到商品買賣並優化整個平台，觀察期為一個月到 12 月底，從中分析優化過程的資料變化。

(二) 數據分析流程



圖 4-2 數據分析流程

資料來源：本研究整理



圖 4-3 阿里巴巴後台數據

資料來源：阿里巴巴後台(2019)



圖 4-4 阿里巴巴後台數據-流量及商機

資料來源：阿里巴巴後台(2019)

(三) 後臺數據分析

1. 結果：

- (1) 店鋪訪問人數：訪問人數為 80 人。
- (2) 曝光率：經優化後可明顯發現較上個月增加 21% 的曝光次數，店鋪訪問人數也有提升 5%。
- (3) 點擊量：搜索點擊次數較上個月增加近 13%。

2. 發現：

店鋪訪問人數、商品曝光與點擊次數雖然都有大幅提升，可是詢盤的人數卻降低，有流量，可是卻沒有轉換成購買的人數。

3. 解決：

要想提高詢盤的成交量，首先是提高詢盤的質量跟詢盤的數量，而曝光率又決定了詢盤的數量，綜合以上。

表 4-1 後臺優化方式

後臺優化	樣式	優化部分
圖片	行業化海報 通欄圖案 輪播圖案	圖片美化、調整圖片排序
關鍵字	商品關鍵字	看競爭對手的關鍵字、檢查錯別字、同義詞和近義詞、關鍵詞的拆分和組合、關鍵詞的單複數形式、錯位關鍵詞、檢查是否使用通用詞
旺鋪	公司介紹、多國語言連結、詢盤直通車	更換店鋪模板、加入影片、加入公司詳細資料

資料來源：本研究整理



圖 4-5 阿里巴巴後台數據-RFQ

資料來源：阿里巴巴後台(2019)

由圖 4-5 可看到我們主動報價完，個數值有大幅提升。

二、RFQ

因為點擊高詢盤低，我們聽從教練的建議先自主把 RFQ 報價完，看有沒有客戶剛好有需求再與我們進行報價，這樣能幫助廠商更好完成訂單的轉化，也能大幅提升買家採購效率。

表 4-2 增加客戶量之解決方法

電話交流	口語表達能力強的同学直接打給有意的買家進行交涉
瀏覽 RFQ	瀏覽 RFQ 看有沒有新的或符合的 RFQ
價格	針對買家需求提供產品所有的關鍵要素再階梯式報價
附件	給買家廠商額外的商品資訊
即時回復	即時了解客戶需求，具體回覆或報價

資料來源：本研究整理

第五章 結論與未來展望

第一節 結論

經過這次比賽後，發現我們欠缺的東西真的很多，像是實戰經驗、後台管理經驗不足等等，儘管大家都如此不熟悉，但在我們團隊分工合作的情況下完成了許多目標。

大家也在阿里巴巴競賽上學了許多技巧，像是拍攝商品，需要了解如何補光打燈以及架設黑幕，關鍵字的尋找和版面的配置，最主要的還是我們對商品-汽車零件的陌生程度相對高，且商品的專有名詞在查詢關鍵字上屬於較冷門，基於以上困難我們在優化平台的過程中，討論了許多解決方案也做了許多測試，最後在我們的努力下最終獲得了佳作，對我們來說是一個很棒的經驗！也希望透過這次的比賽能夠在往後的職場上幫助公司蒸蒸日上。

第二節 未來展望

希望我們能夠在電商這個平台上了解更多的知識，不管是產品的架設、關鍵字、流量、銷售等等，這些都要在後台做數據分析，分析完後依照流量低的做出精準的判斷改善現況，那如何才能達成精準呢？我們必須經過專業課程學習以及多次的實作來達成專業的電商平台優化人員。

參考文獻

創市際市場研究顧問 (2019 年 11 月 11 日), 2019 台灣網路報告, 擷取自
https://report.twinc.tw/2019/assets/download/TWNIC_TaiwanInternetReport_2019_CH.pdf

維基百科 (2020 年 9 月 2 日), 電子商務, 擷取自
<https://zh.m.wikipedia.org/wiki/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8A%A1>

評論者 (未提供日期), 電子商務概念, 擷取自
<http://demo1.nkuht.edu.tw/~tient/ecommerce/ec01.htm>

黃凱鈴 (2019 年), 跨境電商經營智能之研究, 朝陽科技大學 企業管理系 碩士論文, 擷取自
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://ir.lib.cyut.edu.tw:8080/bitstream/310901800/36935/1/107CYUT0121006-002.pdf&ved=2ahUKEwi2kNTngdvsAhVOHaYKHYvgCcEQFjAFegQIDBAB&usg=AOvVaw0rFmpTL0T5GpJrp4stbnc4>





附錄一 畢業專題 系統操作手冊

【專題執行計畫表】

組名	第一組		
組員	班級	學號	姓名
	資四 B	10610202	張晉豪
	資四 B	10610219	張立穎
	資四 B	10610227	潘國洋
	資四 B	10610246	陳俊璋
	資四 B	10610255	鄭宇庭
	資四 B	10610256	莊子賢
選定合作單位	名稱	鉅門工業有限公司	
	負責人	許聖昌	聯絡人 Nick
	電話	02-2999-3969	電話 02-2999-3969
	地址	新北市三重區中興北街 42 巷 31 號	
	業務描述	JIUH MEN 主要的業務有： 1. 車窗升降器 2. 發動機皮帶輪和張緊輪 3. 經典汽車零件 4. 氣彈簧和 5. 定制零件	
專題名稱	電商平台經營及優化		
專題資訊系統功能描述			
本研究運用電商平台與優化來探討產品行銷之效益，並以「鉅門工業有限公司」產品行銷為例。「鉅門工業有限公司」與本組合作進行研究，本研究將幫助該公司銷售產品、進行產品行銷以及產品上架，並以資料數據了解顧客需求，將線上消費者帶到線下進行交易。			
指導老師簽名		日期	109 年 10 月 30 日
備註			

【專題工作分配表】

組名	第一組	填寫人	潘國洋
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月19日

張晉豪、張立穎：商品上架人員，負責將後製好的商品上架到阿里巴巴平台上，並尋找相關之資料。

潘國洋、鄭宇庭：素材拍攝與製作人員，負責產品拍攝、後製與影片製作。

陳俊瑋、莊子賢：作為與廠商的溝通窗口，負責與廠商討論一些重要決策。



【GANTT 圖】

組名	第一組	填寫人	鄭宇庭
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109 年 10 月 25 日

	2019 年 10 月					2019 年 11 月				2019 年 12 月			
	10/1	10/6	10/13	10/20	10/27	11/3	11/10	11/17	11/24	12/1	12/8	12/15	12/22
1 與廠商媒合													
2 與廠商討論方向													
3 拍攝產品素材													
4 素材修圖/蒐集資料													
5 蒐集資料/製作產品內頁													
6 產品上架/製作短影片													
7 產品優化/旺舖設計													

與廠商媒合 10/1-10/23

與廠商討論方向 10/24-11/7

拍攝產品素材 11/8-11/11

素材修圖/蒐集資料 11/12-11/16

蒐集資料/製作產品內頁 11/17-12/5

產品上架/製作短影片 12/6-12/14

產品優化/旺舖設計 12/15-12/28

【開發工具清單】

組名	第一組	填寫人	鄭宇庭
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月19日

工具	用途
阿里巴巴	本次競賽主要平台
Photoshop	後製產品圖片
Premiere	影片剪輯、上字幕
Quik	製作短影片



【需求訪談計畫表】

組名	第一組	填寫人	鄭宇庭、張晉豪
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日

本研究需求訪談分為以下三點：

(一)公司背景

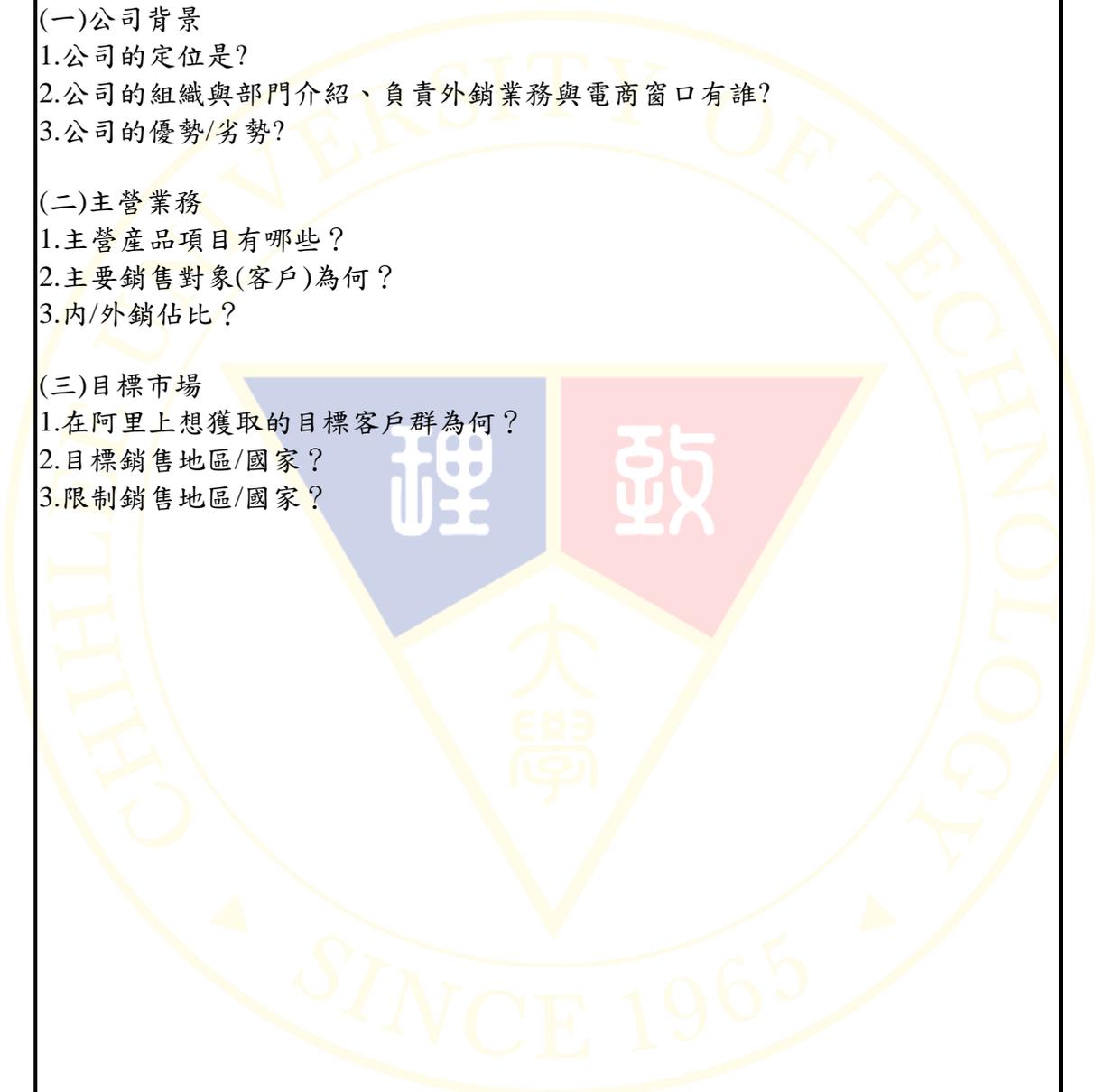
- 1.公司的定位是?
- 2.公司的組織與部門介紹、負責外銷業務與電商窗口有誰?
- 3.公司的優勢/劣勢?

(二)主營業務

- 1.主營產品項目有哪些?
- 2.主要銷售對象(客戶)為何?
- 3.內/外銷佔比?

(三)目標市場

- 1.在阿里上想獲取的目標客戶群為何?
- 2.目標銷售地區/國家?
- 3.限制銷售地區/國家?

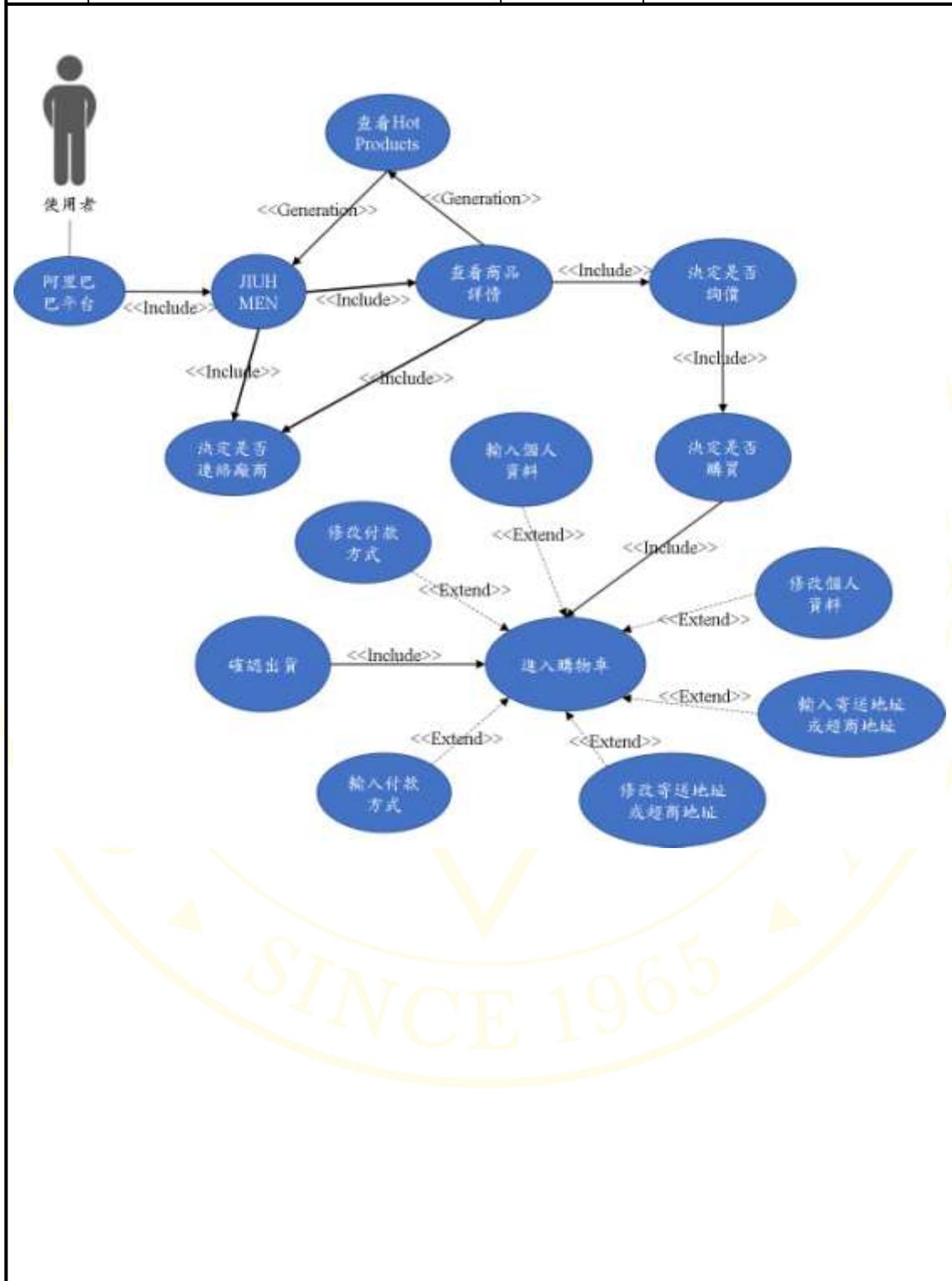


【需求訪談紀錄表】

組名	第一組	填寫人	鄭宇庭
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日
<p>(一)公司背景</p> <p>1.公司的定位是? Ans: 我們做傳產汽車零件, 公司約35年。</p> <p>2.公司的組織與部門介紹、負責外銷業務與電商窗口有誰? Ans: 我們負責網商是Nick, 一般外貿是Vince, 2位同事負責。</p> <p>3.公司的優勢/劣勢? Ans: 挑選可能比較有人買但不多人賣的商品上架, 這是我們的優勢, 在這種比較局限性的商品我們很強。我們在做分析這個區塊比較薄弱。</p> <p>(二)主營業務</p> <p>1.主營產品項目有哪些? Ans: 雨刷、車窗。</p> <p>2.主要銷售對象(客戶)為何? Ans: 阿里上的客戶 ToC 較多, 大部份國外客戶都是採購量比較大的。</p> <p>3.內/外銷佔比? Ans: 90% 出口為主。</p> <p>(三)目標市場</p> <p>1.在阿里上想獲取的目標客戶群為何? Ans: 在阿里上主要還是為了曝光, 好尋求更多商機。</p> <p>2.目標銷售地區/國家? Ans: 主要銷售市場在歐洲。</p> <p>3.限制銷售地區/國家? Ans: 有些東西卡在運費沒辦法出貨, 因為運費太高。歐盟銷售最為便利, 部分國家限制較多。</p>			

【使用個案圖】

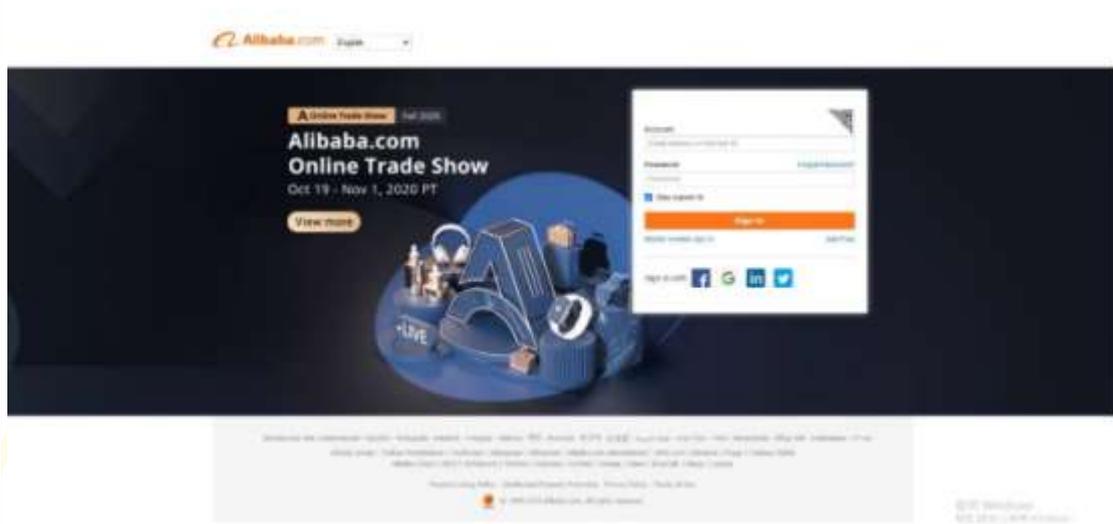
組名	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月24日



【介面藍圖】

組別	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月23日

1. 登入畫面/輸入帳號密碼



2. 搜尋 JIUH MEN



3. 顯示 Hot Products



【介面藍圖(續)】

組別	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月23日

4. 查看商品詳情

Product: Jimen N243-52-211 for Mazda Miata MX-5 ND 16- Fender LH ALUMINUM maS

FOB Reference Price: [Get Latest Price](#)

Quantity: >=10 Pieces

Price: \$8.80

Quantity(Pieces)	1 - 100	101 - 1000	>1000
Est. Time(days)	10	25	Negotiable

Lead Time:

Trade Assurance: protects your Alibaba.com orders

Alibaba.com Freight: [Compare Rates](#) [Learn more](#)

Payment: VISA, T/T, Trade Transfer, PayPal, Western Union, MoneyGram, etc.

Alibaba.com Logistics: [Request Solutions](#)

Supplier: JIH MEN INDUSTRY CO., LTD.

9.7W 9M 4.7★

95.2% Response Rate

30,000+ for 86 Transactions

100.0% On-time delivery rate

5. Contact Supplier

Nick Hsu, JIH MEN INDUSTRY CO., LTD.

Product information: Jimen N243-52-211 for Mazda Miata MX-5 ND 16- Fender LH ALUMINUM maS

Quantity: 10 Pieces

Product attributes: You can fill in the following product attributes to get a quotation from the seller within 24 hours.

OE NO:

Car Fitment:

* Message: Enter product details such as color, size, materials etc. and other specification requirements to receive an accurate quote.

Enter product details such as color, size, materials etc. and other specification requirements to receive an accurate quote.

+ Add attachment

Recommend matching suppliers if this supplier doesn't contact me on Message Center within 24 hours. RFQ

Agree to share Business Card with supplier.

6. 決定是否詢價

Send your message to this supplier

To: Nick Hsu

*Message: Enter your inquiry details such as product name, color, size, FOB, etc.

For better quotations, include:
- A self introduction
- Special requests, if any

Your message must be between 20-6000 characters

Quantity: 10 Piece/Pieces

Recommend matching suppliers if this supplier doesn't contact me on Message Center within 24 hours. Request for Quotation

I agree to share my Business Card to the supplier.

【介面藍圖(續)】

組別	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月23日

7.購買→輸入個人資料→輸入寄送地址→付款方式→出貨

Shipping Unsupported Regions

Shipping Address: *

Shipping Method: *

Trade Terms: * [Trade Terms Overview](#)

Shipping Fee:

Dispatch Date: * Ship In

Specify shipment date (US PDT) [Shipment Date Definition](#)

Payment Payment Method & Fees

Total Order Amount: USD 0.00

Initial Payment:

Remaining Payment: USD 0.00

Payment Method: [Online Bank Payment](#) [Pay Later](#) [T/T](#)

Processing Time & Fees



【資料詞彙】

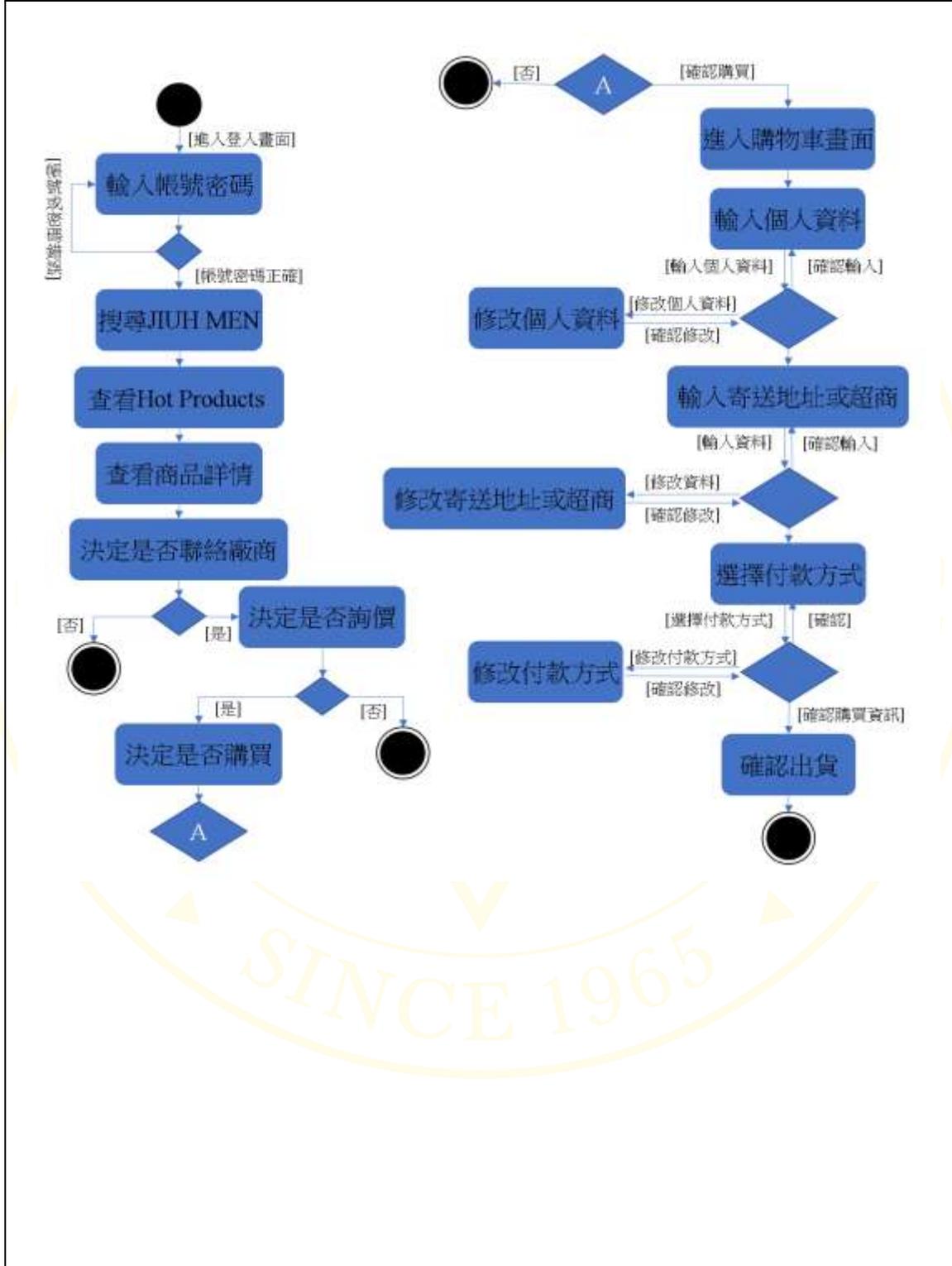
組名	第一組	填寫人	鄭宇庭
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月24日
登入畫面			
編號	欄位名稱	長度/型態	規則/格式/範圍/公式
A	帳號	Text	
B	密碼	Text	
搜尋畫面			
編號	欄位名稱	長度/型態	規則/格式/範圍/公式
A	搜尋欄	Text	
B	搜尋類別	Varchar(10)	下拉式選單
C	公司名稱	Text	
熱銷產品畫面			
編號	欄位名稱	長度/型態	規則/格式/範圍/公式
A	分類	Varchar(50)	選單
B	產品圖片	Image	
C	產品名稱	Varchar(100)	
產品詳情畫面			
編號	欄位名稱	長度/型態	規則/格式/範圍/公式
A	產品圖片	Image	
B	產品名稱	Varchar(100)	
C	價格區間	Char(10)	
D	交期	Char(10)	
E	付款方式	Text	下拉式選單
F	影片	Mp3	
G	產品資訊	Text	
H	公司簡介	Text	
聯絡廠商畫面			
編號	欄位名稱	長度/型態	規則/格式/範圍/公式
A	收件人名稱	Text	
B	數量	Text	
C	單位	Text	下拉式選單
D	OE 號	Text	
E	汽車配件	Text	下拉式選單
F	訊息內容	Text	

【資料詞彙(續)】

組名	第一組	填寫人	鄭宇庭
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月24日
詢價畫面			
編號	欄位名稱	長度/型態	規則/格式/範圍/公式
A	收件人名稱	Text	
B	數量	Text	
C	單位	Text	下拉式選單
D	訊息內容	Text	
購物車畫面			
編號	欄位名稱	長度/型態	規則/格式/範圍/公式
A	運送地址	Text	
B	運送方法	Text	下拉式選單
C	貿易條款	Text	下拉式選單
D	運送費	Char(10)	
E	發貨日期	Char(3)	
F	選擇價格	Text	下拉式選單
G	頭期款	Char(10)	
H	付款方式	Text	選單

【活動圖】

組別	第一組	填寫人	潘國洋、莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月23日



【類別圖】

組名	第一組	填寫人	張立穎
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日

系統註冊類別圖



系統登入類別圖



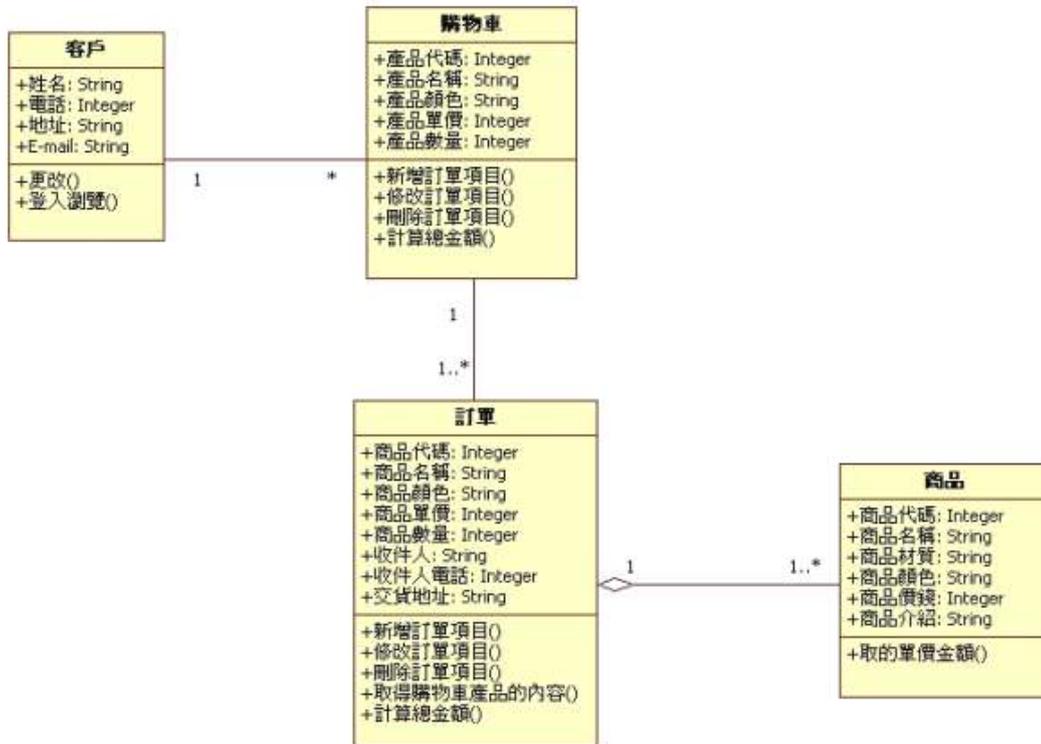
搜尋類別圖



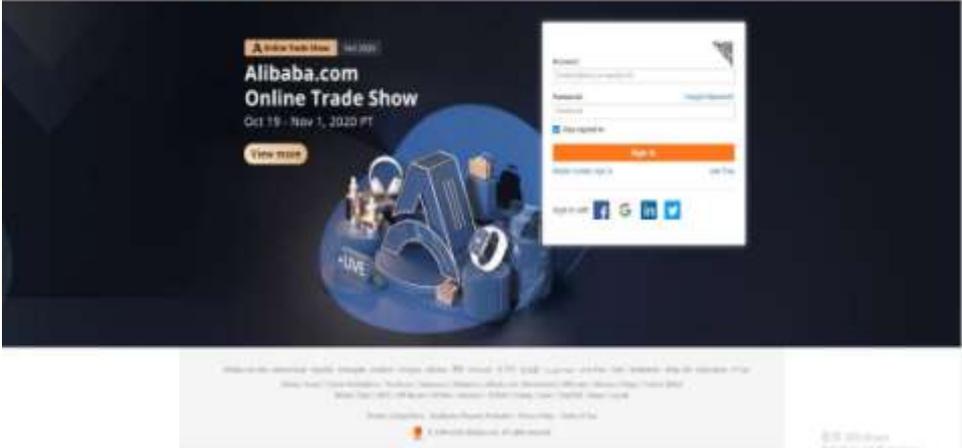
【類別圖(續)】

組名	第一組	填寫人	張立穎
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日

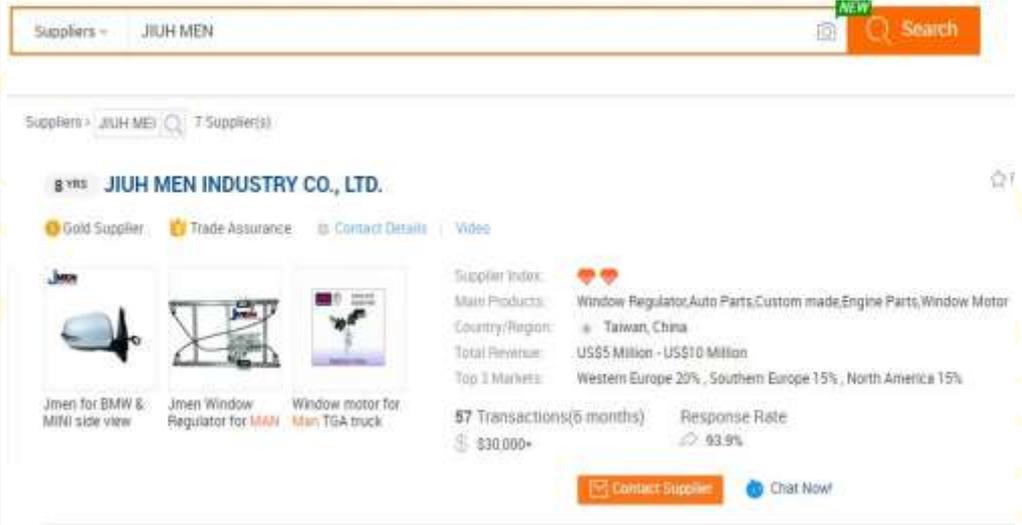
購物車類別圖



【使用者操作手冊】

組名	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日
畫面編號	1	畫面名稱	Alibaba 登入畫面
系統畫面			
操作說明	<p align="center">輸入帳號密碼登入電商平台。</p>		

【使用者操作手冊(續)】

組名	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日
畫面編號	2	畫面名稱	搜尋 JIUH MEN
系統畫面			
操作說明	<p>搜尋欄點選 Suppliers 並搜尋 JIUH MEN 將顯示廠商資料。</p>		

【使用者操作手冊(續)】

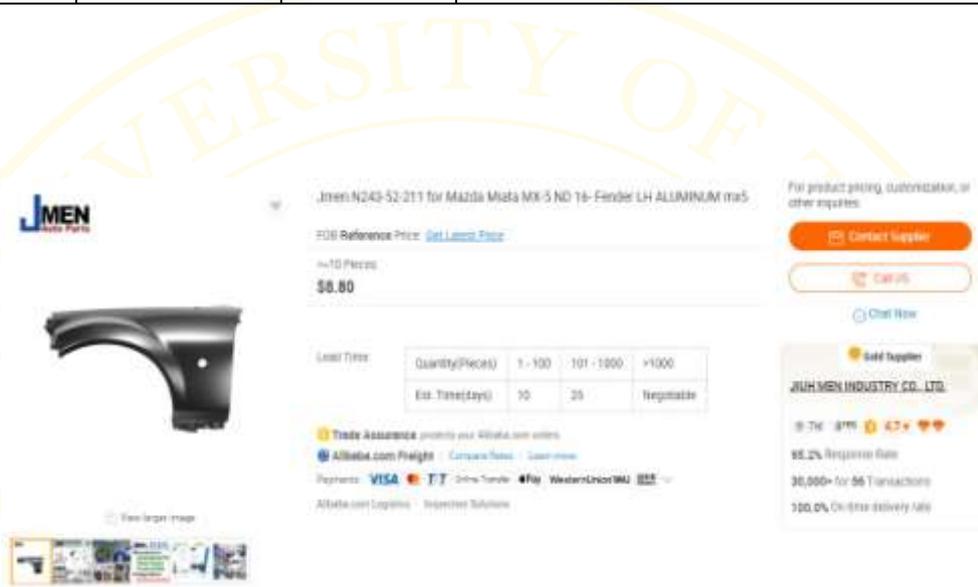
組名	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日
畫面編號	3	畫面名稱	Hot Products
系統畫面			
操作說明	<p>點進 JIUH MEN INDUSTRY CO,LTD.將會進入廠商旺鋪並顯示熱賣產品。</p>		

【使用者操作手冊(續)】

組名	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日

畫面編號	4	畫面名稱	商品詳情
------	---	------	------

系統畫面



操作說明

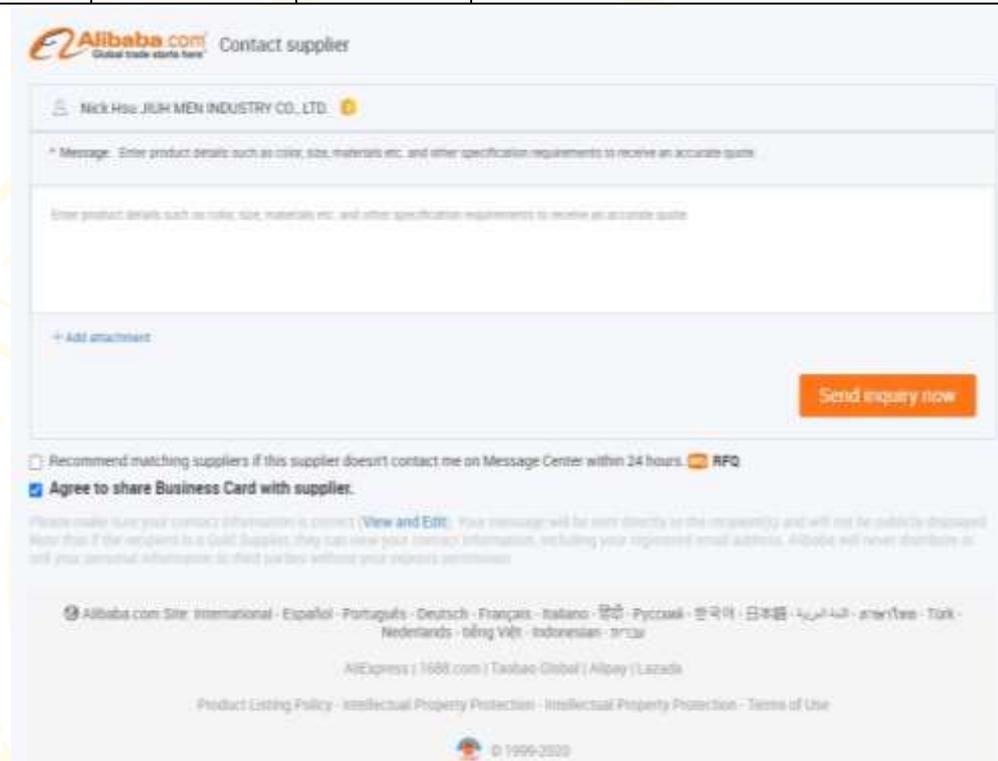
點選產品將會出現商品詳情(品號、價格區間、圖片等)

【使用者操作手冊(續)】

組名	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日

畫面編號	5	畫面名稱	Contact Supplier
------	---	------	------------------

系統畫面



操作說明

右上角點選後可聯絡廠商洽詢產品問題(顏色、尺寸、材質等等)。

【使用者操作手冊(續)】

組名	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日

畫面編號	6	畫面名稱	決定是否詢價
------	---	------	--------

系統畫面

Send your message to this supplier

To: Nick Hsu

*Message: Enter your inquiry details such as product name, color, size, MOQ, FOB, etc.

Your message must be between 20-6000 characters

Quantity: 10 Piece/Pieces

Recommend matching suppliers if this supplier doesn't contact me on Message Center within 24 hours: Request for Quotation

I agree to share my Business Card to the supplier.

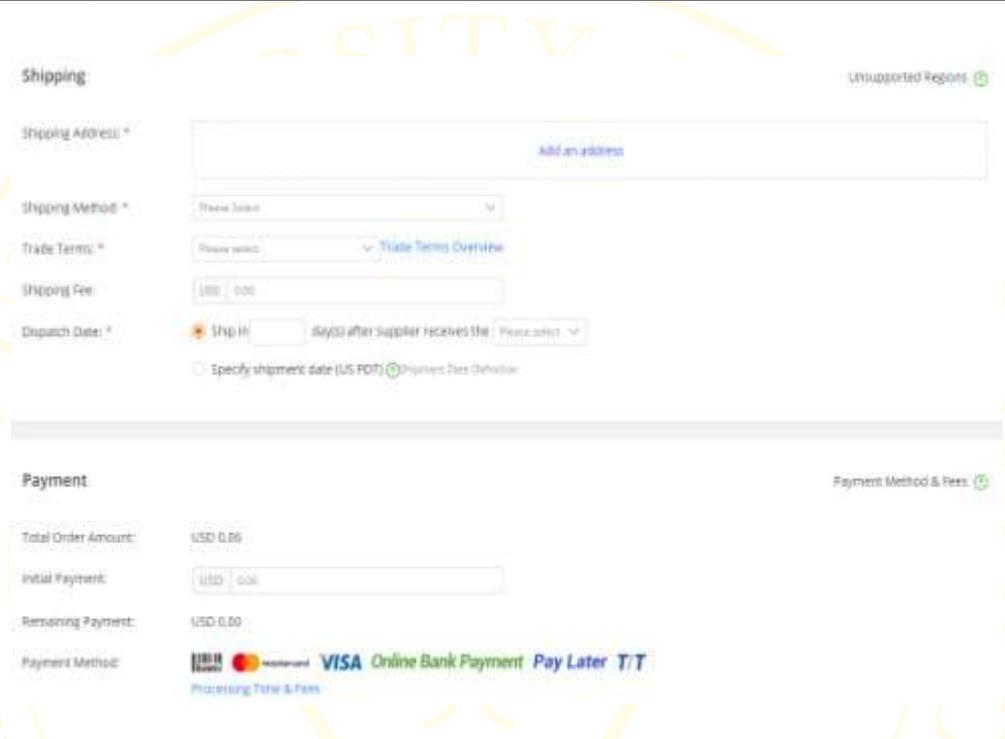
Send

For better quotations, include:
- A self introduction
- Special requests, if any

操作說明

在表格中輸入數量、自我介紹、特殊要求等等，讓廠商可以與您聯絡詢價。

【使用者操作手冊(續)】

組名	第一組	填寫人	莊子賢
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月29日
畫面編號	7	畫面名稱	購物車
系統畫面	 <p>The screenshot displays a checkout interface with two main sections: 'Shipping' and 'Payment'. The 'Shipping' section includes fields for 'Shipping Address' (with an 'Add an address' link), 'Shipping Method' (a dropdown menu), 'Trade Terms' (with a 'Trade Terms Overview' link), 'Shipping Fee' (USD 0.00), and 'Dispatch Date' (with a 'Ship in' dropdown and a 'Specify shipment date (US POT)' option). The 'Payment' section shows 'Total Order Amount' (USD 0.00), 'Initial Payment' (USD 0.00), and 'Remaining Payment' (USD 0.00). Payment methods listed include 'VISA Online Bank Payment' and 'Pay Later T/T'. There are also links for 'Payment Method & Fees' and 'Processing Time & Fees'.</p>		
操作說明	<p>商品確認完畢後開啟購物車輸入個人資料、詢價價格、寄送地址、付款方式等，確認以後即完成訂單。</p>		

【測試相關計畫】

組名	第一組	填寫人	潘國洋
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月27日

壹、說明

一、要旨

與廠商確認目標為從無到有在阿里巴巴平台上架商品並優化其店鋪內容，包含關鍵字投放等。

二、流程



貳、平台系統測試之使用設備

本系統依據功能不同，區分為三個系統及軟體：

- 一、阿里巴巴後台控制系統
- 二、Adobe Photo Shop 影像後製
- 三、Adobe Premiere 影片後製

工作項目	使用設備	使用軟體
1. 上架商品 2. 優化店鋪 3. 影像後製 4. 影片後製	1. 學校公用電腦 2. 個人電腦	1. Adobe Premiere 2. Adobe Photo Shop

【測試相關計畫(續)】

組名	第一組	填寫人	潘國洋
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月27日
<p>參、平台測試</p> <p>本測試計畫處理項目包含商品上架、旺鋪展示。其中平台規範部分是平台測試前需準備之工作，同時也使商品上架品質的標準與要求。</p> <p>一、商品上架測試</p> <p>(一)測試環境軟硬體需求(參考貳)</p> <p>(二)測試條件</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 阿里巴巴平台運作正常 2. 使用之電腦運作正常 3. 網路連線正常 <p>(三)測試地點</p> <p>學校圖書館之研究小間</p> <p>(四)參與測試人員</p> <p>所有小組成員共六名</p> <p>(五)測試重點與標準</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 拍攝之商品圖是否能清晰上傳 2. 上傳之商品圖是否能被系統評價高分 <p>二、商品介紹之圖片測試</p> <p>(一)測試環境軟硬體需求(參考貳)</p> <p>(二)測試條件</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 阿里巴巴平台運作正常 2. 使用之電腦運作正常 3. 網路連線正常 <p>(三)測試地點</p> <p>學校圖書館之研究小間</p> <p>(四)參與測試人員</p> <p>所有小組成員共六名</p> <p>(五)測試重點與標準</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 上傳拍攝之賣場圖片是否清晰 2. 上傳拍攝之商品解說圖是否清晰 3. 以上兩點之圖片是否實用 			

【測試相關計畫(續)】

組名	第一組	填寫人	潘國洋
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月27日
<p>三、熱搜、關鍵字測試</p> <p>(一)測試環境軟硬體需求(參考貳)</p> <p>(二)測試條件</p> <ol style="list-style-type: none">1.阿里巴巴平台運作正常2.使用之電腦運作正常3.網路連線正常 <p>(三)測試地點</p> <p>學校圖書館之研究小間</p> <p>(四)參與測試人員</p> <p>所有小組成員共六名</p> <p>(五)測試重點與標準</p> <p>查找哪些關鍵字與廠商之商品相關且較多人使用來搜尋</p> <p>四、商品短片測試</p> <p>(一)測試環境軟硬體需求(參考貳)</p> <p>(二)測試條件</p> <ol style="list-style-type: none">1.阿里巴巴平台運作正常2.使用之電腦運作正常3.網路連線正常 <p>(三)測試地點</p> <p>學校圖書館之研究小間</p> <p>(四)參與測試人員</p> <p>所有小組成員共六名</p> <p>(五)測試重點與標準</p> <ol style="list-style-type: none">1.影片是否流暢、貫通2.影片是否道盡商品之精華3.影片是否起到吸引人注目之效果			

【測試相關計畫(續)】

組名	第一組	填寫人	潘國洋
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月27日
<p>五、旺鋪之展示商品測試</p> <p>(一)測試環境軟硬體需求(參考貳)</p> <p>(二)測試條件</p> <ol style="list-style-type: none">1.阿里巴巴平台運作正常2.使用之電腦運作正常3.網路連線正常 <p>(三)測試地點</p> <p>學校圖書館之研究小間</p> <p>(四)參與測試人員</p> <p>所有小組成員共六名</p> <p>(五)測試重點與標準</p> <ol style="list-style-type: none">1.展示商品是否熱度足夠2.展示商品是否較吸引人眼光			

【專案結案報告】

組名	第一組	填寫人	潘國洋																		
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月27日																		
報表名稱	零效果時常分布																				
報表統計時間	108/10/24~109/03/19																				
零效果時長分佈	<table border="1"> <caption>零效果時長分佈數據</caption> <thead> <tr> <th>時長</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>90~179天</td> <td>55.60%</td> </tr> <tr> <td>30~59天</td> <td>13.87%</td> </tr> <tr> <td>15~29天</td> <td>12.17%</td> </tr> <tr> <td>60~89天</td> <td>10.02%</td> </tr> <tr> <td>180~364天</td> <td>8.34%</td> </tr> </tbody> </table>		時長	百分比	90~179天	55.60%	30~59天	13.87%	15~29天	12.17%	60~89天	10.02%	180~364天	8.34%	<p>檢討：</p> <p>我們的初步構想是增加曝光率，畢竟我們的產品只有一些特定的商家人士會購買，但發現我們還是做得不夠，曝光只有做在前期，應該要持續曝光，所以才像報表所呈現的，時間越久，商品的曝光效果越低，漸漸乏人問津。</p>						
時長	百分比																				
90~179天	55.60%																				
30~59天	13.87%																				
15~29天	12.17%																				
60~89天	10.02%																				
180~364天	8.34%																				
報表名稱	店鋪訪問人數占比																				
報表統計時間	108/10/24~109/03/19																				
店鋪訪問人數占比	<table border="1"> <caption>店鋪訪問人數占比數據</caption> <thead> <tr> <th>地區</th> <th>百分比</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Asia</td> <td>46.67%</td> </tr> <tr> <td>Europe</td> <td>22.67%</td> </tr> <tr> <td>South America</td> <td>12%</td> </tr> <tr> <td>Middle East</td> <td>6.67%</td> </tr> <tr> <td>North America</td> <td>5.33%</td> </tr> <tr> <td>Africa</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Other</td> <td>1.33%</td> </tr> <tr> <td>Oceania</td> <td>1.33%</td> </tr> </tbody> </table>		地區	百分比	Asia	46.67%	Europe	22.67%	South America	12%	Middle East	6.67%	North America	5.33%	Africa	4%	Other	1.33%	Oceania	1.33%	<p>檢討：</p> <p>亞洲的顧客還是佔了絕大部分，目前歐洲和南美很有潛力，可以往那邊發展，剩下的地區可能用再曝光或回頭客試著增加。</p>
地區	百分比																				
Asia	46.67%																				
Europe	22.67%																				
South America	12%																				
Middle East	6.67%																				
North America	5.33%																				
Africa	4%																				
Other	1.33%																				
Oceania	1.33%																				
報表名稱	店鋪熱品																				
報表統計時間	108/10/24~109/03/19																				
店鋪熱品	<table border="1"> <thead> <tr> <th>商品</th> <th>訂貨數</th> <th>浏览量</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Jmen Window Regulator for CITROEN NEMO</td> <td>4</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Jmen for Audi Brake Pad Ceramic manufact</td> <td>4</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Jmen for Mercedes Benz Quality Replicame</td> <td>3</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Jmen Window Regulator for CITROEN C3 09</td> <td>3</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>		商品	訂貨數	浏览量	Jmen Window Regulator for CITROEN NEMO	4	0	Jmen for Audi Brake Pad Ceramic manufact	4	0	Jmen for Mercedes Benz Quality Replicame	3	0	Jmen Window Regulator for CITROEN C3 09	3	0	<p>檢討：</p> <p>就算是熱銷商品但顧客還是只有點進來看看商品而已並沒有到下一個關卡，但也有可能是用線下詢問的方式使阿里平台無紀錄。</p>			
商品	訂貨數	浏览量																			
Jmen Window Regulator for CITROEN NEMO	4	0																			
Jmen for Audi Brake Pad Ceramic manufact	4	0																			
Jmen for Mercedes Benz Quality Replicame	3	0																			
Jmen Window Regulator for CITROEN C3 09	3	0																			

【專案結案報告(續)】

組名	第一組	填寫人	潘國洋																		
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月27日																		
報表名稱		引流熱詞																			
報表統計時間		108/10/24~109/03/19																			
 <p>引流熱詞</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>關鍵字</th> <th>曝光量</th> <th>搜索點擊率</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>mitsubishi fuso window regulator</td> <td>2168</td> <td>0.20%</td> </tr> <tr> <td>regulator window peugeot</td> <td>2045</td> <td>0.40%</td> </tr> <tr> <td>window regulator np300</td> <td>1410</td> <td>0.10%</td> </tr> <tr> <td>renault megane window regulator</td> <td>820</td> <td>0.10%</td> </tr> <tr> <td>window regulator megane</td> <td>806</td> <td>0.00%</td> </tr> </tbody> </table>		關鍵字	曝光量	搜索點擊率	mitsubishi fuso window regulator	2168	0.20%	regulator window peugeot	2045	0.40%	window regulator np300	1410	0.10%	renault megane window regulator	820	0.10%	window regulator megane	806	0.00%	<p>檢討： 最高的曝光量字詞點擊率卻不及第二名，考慮到百分比差後，決定以第二名的字詞為方向做大量曝光的動作。</p>	
關鍵字	曝光量	搜索點擊率																			
mitsubishi fuso window regulator	2168	0.20%																			
regulator window peugeot	2045	0.40%																			
window regulator np300	1410	0.10%																			
renault megane window regulator	820	0.10%																			
window regulator megane	806	0.00%																			
報表名稱		數據管家																			
報表統計時間		108/10/24~109/03/19																			
 <p>數據管家</p> <p>流量 (2020-03-17) 曝光 5043 周同比 -26% 點擊 46 周同比 +8% 訪客 85 周同比 -14%</p>		 <p>交易 (近半年)</p> <p>信保交易訂單數 32 +18% 信保交易金額 16180 +30% 一達通出口通關金額 0 0%</p>																			
		 <p>高層 (2020-03-17)</p> <p>回購 0 周同比 -100% 及時回購率 95.0 周同比 +1% 本月審核通過的RFQ報價量 22 月同比 +120%</p>																			
		<p>檢討： 從數據中就可以發現，不管是曝光、點擊、訪客都是下降的狀態，但交易量卻再增加，代表回頭客佔了顧客量絕大部分，所以要加強售後服務，使回頭客可以再次購買或者推薦給身邊的人，會更有好的曝光效果。</p>																			

【專案結案報告(續)】

組名	第一組	填寫人	潘國洋
專題名稱	電商平台經營及優化	填寫日期	109年10月27日
報表名稱	經營資料		
報表統計時間	108/10/24~109/03/19		
			
<p>檢討：可發現所有數值都往負成長的方向發展，代表不只是曝光做的不夠而已，可能商品不夠詳細或店鋪排版顧客不喜歡等等各種因素，需要從頭開始檢討到底哪邊做得不足。</p>			
報表名稱	RFQ 概覽		
報表統計時間	108/10/24~109/03/19		
		<p>檢討： 雖然我們經驗不足不知道這個通過量佔比算不算好，但通過報價量是有在成長的情況，而且是大幅度的成長，所以要改進的是可報價量，只要可報價量高，通過機率自然也會提高</p>	
報表名稱	流量及商機概覽		
報表統計時間	108/10/24~109/03/19		
			
<p>檢討：這邊的數據和經營資料數據同樣數值往下的趨勢，唯有及時回覆率是做得不錯的地方，要加強的點還是曝光量和店鋪的吸引目光程度，排版和商品圖可能要重新修改。</p>			

【會議記錄】

專題名稱	電商平台經營及優化				
會議編號	10/31 會議	召集人兼主席	鄭宇庭	紀錄者	張晉豪
討論主題	阿里巴巴平台未來規劃與比賽目標			會議時間	10/31
				會議地點	鉅門工業有限公司會議室
上次會議	決議事項		執行狀況		
	廠商媒合與介紹		成功媒合與廠商合作		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	1.與廠商確定阿里巴巴平台子帳號資訊與權限設定 2.了解公司產品生產線 3.了解本公司商品走向與客群		1.綁定組長手機以便登入阿里巴巴後台，進行產品操作 2.巡視公司環境並拍照，可以用來製作平台店面之公司介紹 3.確定商品客群，以便推廣商品		張晉豪 潘國洋 張立穎 鄭宇庭 陳俊璋
本次會議內容	1.與廠商確認比賽項目與目標 2.與廠商確認平台資料完整度 3.與廠商確定之後會議時間，並報告每周進度 4.與廠商決定販賣哪些商品，以便上架推廣 5.與廠商確認阿里巴巴平台資訊是否正確 6.與廠商確認商品到貨時間，以便拍攝並上架				
決議事項（與主席裁示）					
1.決議每個禮拜幾開會與討論 2.決議商品上架順序與特殊產品拍攝時間					
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	鄭宇庭	紀錄者	張立穎	時間 11/11
				地點	圖書館
預定討論主題	討論商品規格與阿里巴巴上架細項				

指導老師 意見	
------------	--



【會議記錄】

專題名稱	電商平台經營及優化					
會議編號	11/11 會議	召集人兼主席	鄭宇庭	紀錄者	張立穎	
討論主題	選擇商品規格與阿里巴巴上架細項			會議時間	11/11	
				會議地點	圖書館	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	1.決議每個禮拜幾開會與討論 2.決議商品上架順序與特殊產品拍攝時間		1.每周定時向廠商彙報工作進度 2.11/8 跟廠商拿產品			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	1.拍攝商品素材 2.修圖 3.蒐集資料 4.製作圖片素材		1.拍攝產品主圖照和丈量規格 2.使用 PS 軟體修飾照片 3.蒐集相關商品資料整合 4.主圖、工版圖、宣傳影片構思與發想		張晉豪 潘國洋 張立穎 鄭宇庭 陳俊瑋 莊子賢	
本次會議內容	1.完成需要上架商品的主圖完整度 2.商品規格尺寸、功能資料完整度 3.與廠商確認商品資訊是否正確 4.試上架幾支商品進行評分測試					
決議事項 (與主席裁示)						
1.製作商品頁內容 2.商品上架完成 3.優化旺鋪						
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	鄭宇庭	紀錄者	張晉豪	時間	11/16
					地點	圖書館 602 教室
預定討論主題	優化阿里巴巴平台					

指導老師 意見	
------------	--



【會議記錄】

專題名稱	電商平台經營及優化				
會議編號	11/16 會議	召集人兼主席	鄭宇庭	紀錄者	張晉豪
討論主題	優化阿里巴巴平台			會議時間	11/16
				會議地點	圖書館 602 教室
上次會議	決議事項		執行狀況		
	1. 製作商品頁內容 2. 商品上架完成 3. 優化旺鋪		1. 確認下禮拜開會時間 2. 與阿里巴巴平台教練預約教學時間		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	1. 完成所有拍攝產品修圖 2. 設定商品關鍵字建立 3. 討論這些商品詳細功能		1. 使用 PS 完成修圖，並符合平台上架規範 2. 確定關鍵字與產品生產碼，以便顧客正確搜尋產品 3. 討論是否把此批產品設為熱銷新產品		張晉豪 潘國洋 張立穎 鄭宇庭 陳俊瑋 莊子賢
本次會議內容	1. 確認每張照片有符合平台規範，並上傳測試圖片分數，分數越高代表此圖符合阿里巴巴平台需求 2. 與廠商溝通探討汽車零件的關鍵字與產品代碼，並把產品名稱縮短在 50 字內，提高產品分數 3. 與廠商討論商品功能與細部，以便上架				
決議事項 (與主席裁示)					
1. 下周與教練訪談時間 2. 上架時遇到的問題探討 3. 與教練討論商品的上架方式					
請簽名		請簽名		請簽名	
下次會議	召集人	鄭宇庭	紀錄者	張晉豪	時間 11/18 地點 圖書館 602 教室
預定討論主題	完成比賽期中報告				

指導老師 意見	
------------	--



【會議記錄】

專題名稱	電商平台經營及優化				
會議編號	11/18 會議	召集人兼主席	鄭宇庭	紀錄者	張立穎
討論主題	完成比賽期中報告			會議時間	11/18
				會議地點	圖書館 602 教室
上次會議	決議事項		執行狀況		
	1. 下周與教練訪談時間 2. 上架時遇到的問題探討 3. 與教練討論商品的上架方式		1. 11/19 要繳交報告，決定 18 號與老師確認內容 2. 解決遇到問題，並提升產品品質 3. 學習平台上相關技巧		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	1. 完成期中報告，並檢查是否有缺失 2. 與教練討論如何提升產品詞彙 3. 詢問教練日後比賽走向		1. 完成期中報告，並準備好明天的報告 2. 提升產品排名、關鍵字的熱搜度、形容詞與長尾詞 3. 日後可製作產品短片、旺鋪設計		張晉豪 潘國洋 張立穎 鄭宇庭 陳俊瑋 莊子賢
本次會議內容	1. 與教練討論增加產品詞彙，提升產品排名，可以增加廠商商品的曝光 2. 關鍵字使用有熱搜度的，並加形容詞與長尾詞，增加搜尋機率，修改圖片排版增加系統產品分數 3. 未來可以製作短影片與旺鋪設計，較容易得獎的目標				
決議事項（與主席裁示）					
1. 討論之後短影片設計 2. 討論廠商平台旺鋪設計規劃 3. 決議下次會議時間					
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	鄭宇庭	紀錄者	張晉豪	時間 12/5
					地點 圖書館 602 教室
預定討論主題	優化阿里巴巴平台				

指導老師 意見	
------------	--



【會議記錄】

專題名稱	電商平台經營及優化					
會議編號	12/5 會議	召集人兼主席	鄭宇庭	紀錄者	張晉豪	
討論主題	討論與完成產品短影片製作與上架 50 個產品			會議時間	12/5	
				會議地點	圖書館 602 教室	
上次會議	決議事項			執行狀況		
	1. 討論之後短影片設計 2. 討論廠商平台旺鋪設計規劃 3. 決議下次會議時間			初步了解設計與方向以便之後製作，並隨時關注平台動態，是否有顧客詢價與下單。		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	1. 完成產品短影片設計與製作 2. 追蹤觀看過客戶資料，與廠商確認有無顧客下單 3. 與廠商討論旺鋪設計		1. 利用 Premiere 影片剪輯程式製作短影片，並給廠商觀看 2. 確認客戶有無下單紀錄，並追蹤資訊 3. 討論下次設計內容與細節		張晉豪 潘國洋 張立穎 鄭宇庭 陳俊瑋 莊子賢	
本次會議內容	利用簡單的圖片與音效，做出產品短影片，顧客可以一目了然本公司的產品製作流程與特色。 與廠商討論出旺鋪設計，把新產品與熱銷產品突顯出來，令顧客可以第一眼看到主打商品，鎖住客人的目光。					
決議事項（與主席裁示）						
1. 討論下周會議時間 2. 決議完成旺鋪的資料是否完整 3. 是否與教練確認設計方向如何						
請簽名	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	鄭宇庭	紀錄者	張晉豪	時間	12/15
					地點	圖書館 602 教室
預定討論主題	完成旺鋪設計，並優化平台					

指導老師 意見	
------------	--



【會議記錄】

專題名稱	電商平台經營及優化				
會議編號	12/15 會議	召集人兼主席	鄭宇庭	紀錄者	張晉豪
討論主題	完成旺鋪設計與完成規定上架商品數量			會議時間	12/15
				會議地點	圖書館 602 教室
上次會議	決議事項		執行狀況		
	1. 討論下周會議時間 2. 決議完成旺鋪的資料是否完整 3. 是否與教練確認設計方向如何		與教練討論如何製作旺鋪能得到評審的關注，並增加顧客觀看商場的時間，以增加人氣與關注		
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員
	1. 完成旺鋪設計 2. 完成比賽上架數量要求 3. 準備最後成果報告書		1. 完成旺鋪設計，並以增加客人下單為目的 2. 完成比賽規則的完整商品上架		張晉豪 潘國洋 張立穎 鄭宇庭 陳俊瑋 莊子賢
本次會議內容	1. 新的旺鋪，主打熱銷商品，與新的汽車零件展示，能使顧客一目瞭然 2. 比賽規定的上架數量，並有達到產品標準分數，完成此規定才能有完賽的證書 3. 初步準備最後的成果報告書，要開始蒐集製作過程的紀錄與圖片，以便製作報告				
決議事項（與主席裁示）					
1. 決定結果報告書製作日期 2. 決定把最後成果給教練看的時間 3. 報告書工作分配					
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	鄭宇庭	紀錄者	張晉豪	時間
					12/25
				地點	圖書館 602 教室
預定討論主題	完成旺鋪設計，並優化平台				

指導老師 意見	
------------	--



【會議記錄】

專題名稱	電商平台經營及優化					
會議編號	12/25 會議	召集人兼主席	鄭宇庭	紀錄者	張晉豪	
討論主題	完成最後成果報告書			會議時間	12/25	
				會議地點	圖書館 602 教室	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	1. 決定成果報告書製作日期 2. 決定把最後報告給教練看的時間 3. 報告書工作分配		執行工作分配，可以更有效率地完成報告，並最後一同修改並加強內容。			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	1. 蒐集整個比賽過程的資料，與進行時間 2. 與教練一同討論製作方向		1. 完成比賽過程時間軸，以便報告書流暢，並利用圖文呈現報告書 2. 探討如何呈現，會使評審多過目，增加對此組別的印象		張晉豪 潘國洋 張立穎 鄭宇庭 陳俊瑋 莊子賢	
本次會議內容	1. 最後把所學、所遇到的困難與成功，全部製作成報告書，辛苦的完成比賽，也希望至少能有美好的結果。 2. 利用圖片加文字可以更方便觀看報告書					
決議事項 (與主席裁示)						
無						
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	
------------	--

