



致理科技大學

資訊管理系專題報告

廠商台灣經貿網平台經營優化與 FB 社群行銷--以曜鑫公司為例

Optimizing Taiwantrade and FB social marketing platform operations--take ELYSIUM as an example

專題生：

(10710348)張劉明勳
(10710310)邱郁淳
(10710314)羅聖學
(10710317)盧楷杰
(10710312)陽羅博元
(10710355)侯冠宇
(10710353)廖浩安

指導教授：蘇啟鴻 老師

中華民國 111 年 5 月

致理科技大學

資訊管理系

畢業專題

廠商台灣經貿網平台經營優化與 B2B 社群行銷—以曜鑫公司例

一一〇學年度

致理科技大學

專題報告審核書

本校 資訊管理系(所) 10710348 張劉明勳
、10710310 邱郁淳、10710314 羅聖學、10710317 盧楷杰、
10710312 陽羅博元、10710355 侯冠宇、10710353 廖浩安
等君所提論文 廠商台灣經貿網平台經營優化與 FB 社群行銷-
-以曜鑫公司為例

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 111 年 5 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

110 學年度第 1 學期所撰寫。

專題名稱：廠商台灣經貿網平台經營優化與 FB 社群行銷--以曜鑫公司為例

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 111 年 7 月 1 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 111 年 5 月

摘要

專題報告名稱：廠商台灣經貿網平台經營優化與 FB 社群行銷--以曜鑫公司為例

頁數：總頁數

校系別：致理科技大學資訊管理系

完成時間：110 學年度第 1 學期

專題生：張劉明勳、邱郁淳、羅聖學、盧楷杰、陽羅博元、侯冠宇、廖浩安

指導教授：蘇啟鴻

關鍵詞：經貿網、電商、FB 社群經營、平台優化

在這個人人都會使用網路的時代，電子商務的交易方式已經逐漸普及在日常生活了，然而如何在眾多商品突出我們的特色使買家們願意跟我們接洽溝通變成了我們一項重要的課題。

如今的電子商務已經不像以前簡簡單單只要曝光就能吸引到客戶，藉由我們將平台優化，並且搭配 fb 的社群互動吸引到更多的客戶，使廠商的收益與成長更為亮眼。

我們這次優化廠商的經貿網，主要協助廠商的部分就是，增加產品上架的數量，更充實廠商的商品介紹與添加關鍵字詞，另一邊也一起操作 FB 的社群將 FB 所吸引的流量一併導進經貿網，使更多的買家們可以看得見我們的廠商，為廠商帶來更大的曝光以及收益的成長。

電商無時無刻都在進步，隨著時代科技日益發展，操作的手法與方式也有所不同，這次我們使用了平台結合社群的方式來操作，使廠商達到更好的效果，而我們本身也學習到了許多，期望未來我們都可以用盡所學，並且為整個社會貢獻。

ABSTRACT

Thesis Title : Optimizing Taiwantrade and FB social marketing platform operations-
-take ELYSIUM as an example

Pages :

University : Chihlee University of Technology

Graduate School : Department of Information Management

Date : October, 2021

Degree : Master

Researcher : 張劉明勳、邱郁淳、羅聖學、盧楷杰、陽羅博元、侯冠宇、廖浩
安

Advisor : 蘇啟鴻

Keywords : Taiwantrade, e-commerce, FB community management, platform
optimization

In this era where everyone uses the internet, e-commerce transactions are becoming popular in our daily life, but how to highlight our features in many products so that buyers are willing to contact us has become an important issue for us.

Nowadays, e-commerce is no longer like the old days when exposure was all that was needed to attract customers. By optimizing our platform and interacting with the fb community, we are able to attract more customers and make the revenue and growth of our vendors more spectacular.

The main part of our optimization of the trade website for manufacturers is to increase the number of products on the shelves, enrich their product descriptions and add keywords, and on the other hand, we also work together with the FB community to channel the traffic attracted by FB into the trade website so that more buyers can see our manufacturers, bringing them greater exposure and revenue growth.

With the increasing development of technology, the operation methods and approaches are also different. This time, we used the platform combined with the community to operate, so that the manufacturers can achieve better results, and we ourselves have learned a lot, and we hope that in the future we can use all we have learned and contribute to the whole society.

誌謝

首先感謝所有幫助我們以及讓我們學習的廠商與老師們，使我們可以藉由參加經貿網的比賽接觸到臺灣的這個經貿平台，並且從中獲取了許多知識與經驗，也感謝老師在我們遇到瓶頸或是困難教導我們，指引我們方向，使這次的專題研究一個好的結果。

另外還要特別感謝這次經貿網中合作的廠商-曜鑫公司，願意提供自己所經營實際上在運作的平台，相信我們並且加入我們的想法與討論，在我們的合作中，從產品的拍攝到Facebook的經營都非常的尊重我們的想法，給予我們發揮的空間，當然也從旁指導，使我們獲益良多。

最後感謝台灣經貿網，舉辦了這次的比賽，並且幫學生媒合廠商，讓學生們有機會在實際的平台上操作，理解到自己還需要學習甚麼，還有那些地方不足，感些台灣經貿網願意辦這樣的比賽，使我們能夠擁有這樣特別的經驗。

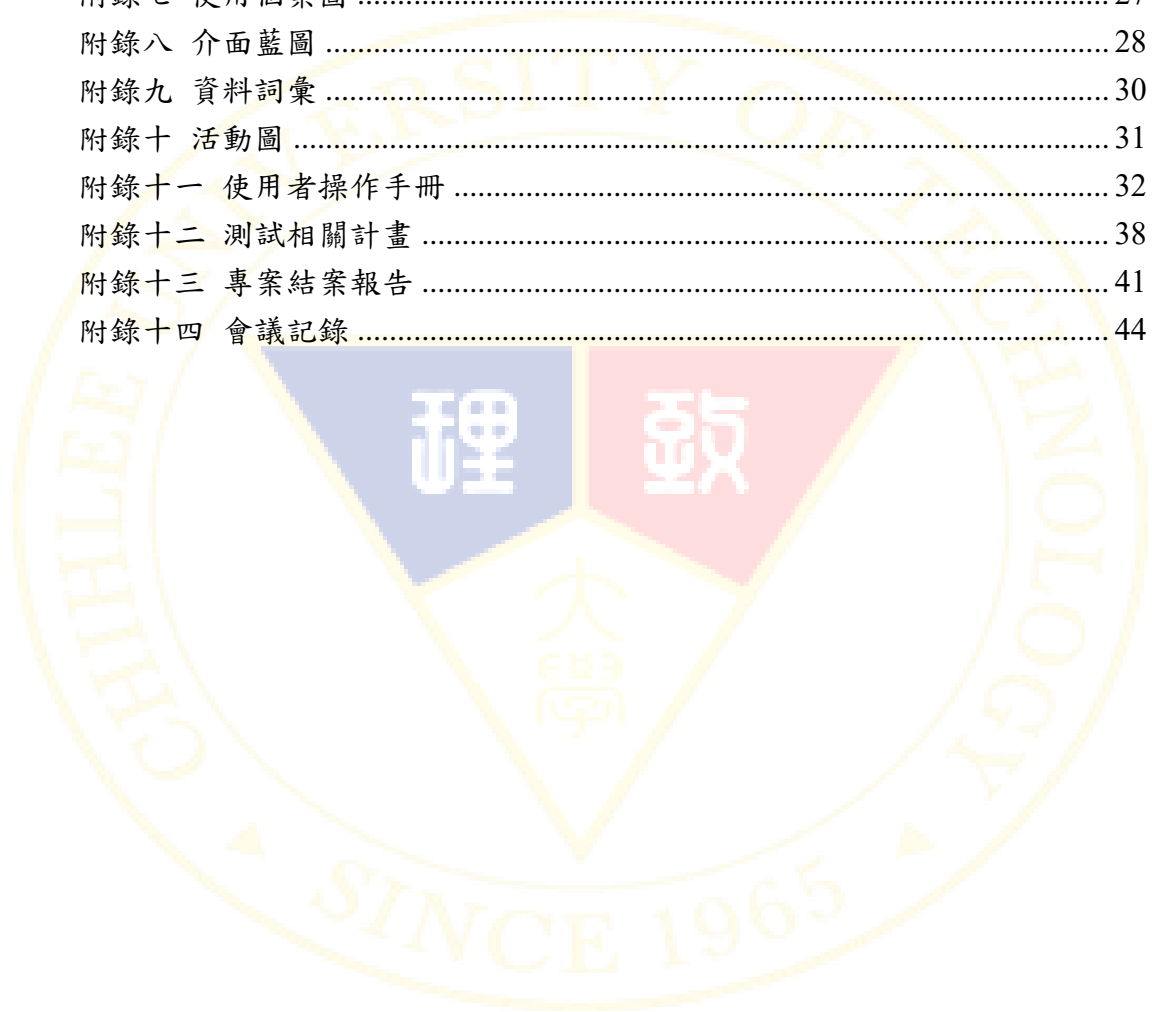
最後要感謝本組專題的每位成員，大家都互相幫忙並且尊重，而在自己負責的部分也都非常盡力的完成，每位組員都扮演這不可或缺的角色，即便討論中可能有些許的意見不合，但是在最後大家都能夠找出最好的方式來做出決定與方向，感謝所有幫助我們完成本次專題的人。

張劉明勳、邱郁淳、羅聖學、盧楷杰、陽羅博元、侯冠宇、廖浩安 謹致
致理科技大學 資訊管理 學士班
中華民國 111 年 3 月

目錄

圖目錄	iii
表目錄	iv
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	2
第三節 研究流程圖	2
第貳章 文獻回顧與探討	3
第一節 電子商務的定義	3
一、企業內部電子商務	3
二、企業間電子商務(B2B)	3
三、企業與消費者間電子商務(B2C)	3
四、消費者之間電子商務(C2C)	3
第二節 電子商務的應用特性	4
一、商務性	4
二、服務性	4
三、集成性	4
四、可擴展性	4
五、安全性	4
六、協調性	5
第三節 社群行銷	5
第參章 研究內容與方法	6
第一節 台灣經貿網(Taiwantrade)	6
第二節 Facebook(臉書粉絲專頁)	6
一、研究架構圖	7
第肆章 實驗技術探討與分析	8
第一節 台灣經貿網平台之產品內容設計與上架	8
一、台灣經貿網上架商品內容設計與操作過程	8
第二節 台灣經貿網電商平台經營優化策略	11
一、台灣經貿網平台優化策略	11
第三節 Facebook 社群行銷設計與廣告推播	15
一、Facebook 社群行銷設計項目	15
第伍章 結論與未來展望	17
第一節 結論	17
第二節 未來展望	18

參考文獻	18
附錄	
附錄一 專題執行計畫表	21
附錄二 專題工作分配表	22
附錄三 GANTT 圖	23
附錄四 開發工具清單	24
附錄五 需求訪談計畫表	25
附錄六 需求訪談紀錄表	26
附錄七 使用個案圖	27
附錄八 介面藍圖	28
附錄九 資料詞彙	30
附錄十 活動圖	31
附錄十一 使用者操作手冊	32
附錄十二 測試相關計畫	38
附錄十三 專案結案報告	41
附錄十四 會議記錄	44



圖目錄

圖 1-1 研究流程圖	2
圖 4-1 拍攝產品圖	8
圖 4-2 拍攝產品影片圖	9
圖 4-3 文案說明圖	9
圖 4-4 關鍵字查詢圖	10
圖 4-6 上架流程圖	10
圖 4-6 產品圖-1	11
圖 4-7 產品圖-2	12
圖 4-8 產品圖-3	12
圖 4-7 產品文案內容-1	13
圖 4-8 產品文案內容-2	14
圖 4-9 產品文案內容-3	14
圖 4-9 粉絲專頁	15
圖 4-10 Facebook 貼文	16
圖 4-11 Facebook 貼文	16
圖 4-12 Facebook 貼文	17
圖 4-12 Facebook 廣告成效	17

表目錄

表 3-1 經貿網平台介紹	6
表 3-2 研究架構圖說明	7



第壹章 緒論

第一節 研究背景與動機

一、研究背景

近年，隨著網路、科技與資通訊技術的快速發展，使得全球消費購物模式與傳統貿易模式皆產生巨大的轉變，線上消費與網購滲透率提高，成為不可逆的趨勢。小至自行批貨在網路商店上販售；大至成立電商平台、創業或提供相關產業服務。電子商務的興起不但帶給消費者生活上的便利，也提供企業、賣家有更多發展的機會和空間。電子商務在部分國家甚至已成為新經濟的火車頭，帶領線上線下虛實整合的購物服務、數位行銷、社群商務、智慧物流等領域高速成長，孵育出許多國際知名的巨型電商平台，如：美國的亞馬遜（Amazon）、中國的阿里巴巴（Alibaba）、日本樂天（Rakuten）等。這些大型電商平台擁有龐大客群、流量等，提供多元服務內容及琳瑯滿目的商品，讓不少中小企業廠商得以藉由該平台，轉型進行全球性的生意。

知名研究機構 IDC 統計，全球 B2B 電子商務市場規模早在 2016 年就達到約 24 兆美元，是 B2C 電子商務市場規模的 6 倍。另根據世界最大管理顧問公司 Accenture 調查數據推估，全球跨境電商整體交易量在 2020 年將達 9 兆美元，占全球電商市場的 22%。換句話說，在 2020 年，跨境電商將貢獻五分之一全球電子商務貿易總額，逐漸成為外貿的主流趨勢。如此龐大的跨境電商商機不斷奔騰湧現，業者應重視這樣的趨勢，讓商品快速地透過跨境電商銷往世界各地，在這個交易無國界的大時代確實抓住機會讓產業轉型。而根據聯合國貿易和發展會議（UNCTAD）資料，全球前十大 B2C 跨境電商市場，仍以已開發國家為主，特別是在網路滲透率高、線上消費族群龐大，以及在國際間具備高度商品力的國家排名居前。例如遙遙領先的美國和中國大陸跨境電商市場規模皆已高達約 400 億美元，其次為英國、德國、加拿大、法國、義大利及荷蘭等歐美國家。亞洲國家中，除中國大陸外，僅韓國和日本分占 8、9 名。

網際網路快速發展使得購物的模式也跟著有所改變，消費者追求便利與快速兩者兼具的購物方式。根據「2020 年台灣網路報告」調查結果顯示，比較去年與今年不同世代的上網率後，可以發現 12 歲至 55 歲的上網率差異並不大。各個世代的通訊服務使用比率皆超過九成，其中在網路購物這一塊當中，各個世代的平均網路消費金額都有逐年增加的趨勢，其中 56 歲以上的民眾，網路消費金額增加 973 元最多。2019 年 12 月疫情肆虐，民眾因外出活動受限，紛紛於網路上購買家電、民生用品、食品....等消費行為。此舉導致電子商務的需求大幅增加，同時帶動電子商務的發展，面對現在的環境，業者必須掌握當下消費趨勢，才能在這個競爭激烈的市場中脫穎而出。

二、研究動機

依據阿里巴巴與國立中山大學電子商務中心主任梁定澎合作進行「2018 年台灣跨境電子商務人才需求」研究顯示，針對台灣中小企業最關心的「B2B 跨境電商人才」進行調查發現：高達近 60%的中小企業都遇到「專業電商人才招募困難」；高達 70%企業希望由「通才」來負責跨境電商業務；75%企業認為社會新鮮人的解決問題的能力不強，可見實戰經驗及跨領域能力已是 B2B 跨境電商人才不可或缺的能力。調查也發現，近 6 成企業雇用的跨境電商人才年齡落在 21 到 30 歲之間，這群與互聯網一起成長的年輕世代除了幫助企業迭代，更有助於提升企業數據分析運用能力。

為累積更多的跨境電商平台的操作實務經驗、相關技能與問題解決的能力，我們這組同學參加了由外貿協會所舉辦的「台灣經貿網跨境電商實戰營」比賽。該比賽讓我們有機會跟外貿協會有合作的廠商實際接觸，從一開始與廠商聯繫接洽進行媒合；媒合成功後實際協助廠商經營台灣經貿網跨境電商平台 2 個月；協助廠商上架商品、優化商品頁面與關鍵字等；協助廠商透過 facebook 進行社群行銷等。利用這次參加經貿網的機會，以賣家的角度了解到消費者的消費型態，探討如何經營與優化平台，才能從百家爭鳴的市場當中，吸引消費者的目光，並且增加購買意願，了解如何挑起消費者對產品的消費慾望，以增加訂單轉換率。

第二節 研究目的

基於上述背景與動機，本研究期望透過媒合廠商，學習與廠商媒合、交流的過程，並實際協助廠商設計商品內容與關鍵字等產品資訊，將其上架商品至台灣經貿網跨境電商平台，經營平台 2 個月左右以觀察經營成效。此外，本研究透過 Facebook 社群行銷設計等方式，期望提高流量與曝光率，以吸引更多消費者，增加顧客購買率。本研究目的如下：

- 一、透過廠商媒合，協助廠商商品內容與關鍵字設計並上架至少 10 支商品至台灣經貿網跨境電商平台，觀察經營成效；
- 二、透過台灣經貿網電商平台經營優化策略，提升流量與曝光率；
- 三、透過 Facebook 社群行銷設計與廣告推播，來提升公司形象與拉近客戶間的距離，提升流量與曝光率

第三節 研究流程圖

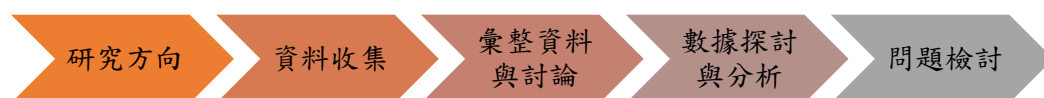


圖 1-1 研究流程圖

資料來源：本組自行整理

第貳章 文獻回顧與探討

第一節 電子商務的定義

電子商務是指利用電腦技術、網路技術和遠程通信技術，實現整個商務(買賣)過程中的電子化、數字化和網路化。人們不在是面對面的看著實實在在的貨物，靠著單據進行買賣交易。而是通過網路上的產品信息，完善的物流配送系統和方便安全的資金結算系統進行交易。

電子商務可分為：企業內部、企業間、企業與消費者之間與消費者之間電子商務四種類型。

一、企業內部電子商務

公司建立內部網路是一種高效率的商務工具，它可以用來自動處理商務操作及工作流程，增加對重要系統和關鍵數據的存取、共用經驗、共享解決客戶問題的方式，並保持各部門間的聯繫。

一個有效的內部網路可以帶如下好處：

- (一) 增加商務活動處理的敏捷性
- (二) 對市場狀況能更快地做出反應
- (三) 能更好地為客戶提供服務。

二、企業間電子商務(B2B)

在電子商務中，公司可以用電子形式將關鍵的商務處理過程連接起來，以形成虛擬企業。虛擬企業直接面向客戶的銷售方式具有優勢，但為大多數的分析家認為企業間的商務活動更具潛力。

三、企業與消費者間電子商務(B2C)

這是人們最熟悉的一種商務類型，許多人誤認為電子商務就只有這樣一種模式。事實上，這縮小了電子商務的範圍，錯誤地將電子商務與網路購物等同起來。

近年來，隨著網際網路的興起，出現了大量的網路商店，由於網路提供了雙向的交互通信，網路購物逐漸熱門。由於這種模式節省了客戶和企業雙方的時間、空間。大大提高了交易效率，節省了各類不必要的開支。因此這類模式得到了人們的認同，藉此獲得了迅速的發展。

四、消費者之間電子商務(C2C)

C2C 的電子商務模式為買賣雙方提供個人線上的交易平台，讓賣方在這個平台上發布產品資訊或者提供網路產品拍賣，讓買方自行選擇購買產品或參加競價拍賣。C2C 電子商務平台有 PChome、蝦皮、露天拍賣等。

上述的電子商務模式發展的比較早也相對成熟，不過我們應注意到一些正在快速發展中的新型電子商務模式。例如：

(一) B2G(企業與政府機構間的電子商務)

(二) C2G(消費者與政府機構間的電子商務)

(三) B2M(企業與相應產品的銷售者或經理人之間的電子商務)

第二節 電子商務的應用特性

電子商務的特性可分為以下幾點：商務性、服務性、集成性、可擴展性、安全性、協調性。

一、商務性

電子商務最基本的特性為商務性，不論買、賣交易、手段和機會。對於電子商務性而言，它可以透過擴展市場來增加客戶數量；通過訊息連至資料庫，後台能記錄每次造訪、銷售、購買形態以及客戶對產品的偏愛，這樣企業可以透過統計數據來推測客戶最想購買的產品。

二、服務性

在電子商務環境中，客戶不再受區域的限制，也不僅僅將目光集中在價格上。因而服務品質在某種意義上成為商務活動的關鍵，技術創新帶來的結果，使得企業能自動處理商務過程，不再強調公司內部的分工。

三、集成性

電子商務是一種新產業，其中用到了大量新技術，但並不是說新技術的出現就必須取代老舊設備。網路的真實商業價值在於協調新舊技術，用戶能更加有效地利用現有的資源和技術，來達到更好的成效。

四、可擴展性

使電子商務正常運作，必須確保其拓展性。網路上有數百萬計的用戶，而傳輸過程中，時不時地出現高峰狀況。假如一家企業估計每天可受理 40 萬人次訪問，而事實上卻有 80 萬，就必須配有一台可擴展的伺服器，否則客戶訪問速度將急劇下降，甚至還會錯失數千次可能帶來豐厚利潤的客戶的來訪。

五、安全性

對於客戶而言，不論網路的產品多具有吸引力，如果他們對交易安全缺乏信任，根本就不敢進行網路交易，企業和企業間的交易更是如此。

在電子商務中，安全性是必須考慮的核心問題。欺騙、竊聽、病毒和非法入侵都在威脅電子商務，因此要求網路能提供一種端到端的安全解決方案，包括加密機制、防火牆、防毒軟體等。為了幫助企業建立和實現這些方案，國際上多家

公司聯合展開了安全電子交易的技術標準和方案研究，發表了 SET(安全電子交易)和 SSL(安全通訊協定)等協議標準，使企業能建立一種安全的電子商務環境。

六、協調性

商務活動是一種協調過程，它需要雇主和客戶、生產方、供應商以及商務伙伴間的協調。為提高效率，許多企業都提供了互動式的協議，電子商務活動可以在這些協議的基礎上進行。

第三節 社群行銷

近幾年來，由於社群媒體的興起，例如 Facebook、Instagram 與 Twitter 等，提供了更便利、即時性的服務，使得許多企業利用了社群媒體與消費者作為互動，建立企業自家本身的品牌形象及口碑，進而激勵消費者對企業上的購買行為，推展成至今之社群商業模式。

路易莎咖啡就是個社群行銷功案案例：

1. chhatbot 累積會員

露易莎咖啡利用 EILIS 的 chatbot 技術推出黑卡會員制度對社群造成了不小的迴響，利用了黑卡會員的 55 折優惠吸引了大量的粉絲，只要是黑卡相關的貼文都有相當大的流量及分享數，成功達到曝光效果，同時也新增了不少新會員進入。

2. 會員制度翻新

露易莎於 2019 年底的黑卡 2.0，由 Messenger 提供會員個人條碼，POS 機刷過條碼之後，就可以完成個人的累點以及點數折抵換商品功能。另外，黑卡 2.0 也將導入內用點餐機制。

3. 訊息導購

除了在 FB 發布貼文與粉絲互動外，也利用訊息推播的方式提醒粉絲加入會員及優惠活動，除了有與粉絲互動外，還會有導購的效果。

社群行銷的優勢

- **隨時保持線上友好關係：**社群行銷 (Social media marketing) 的核心就是朋友的概念，當與自己的客戶成為朋友，就能持續不斷地透過彼此正向的溝通，來維繫線上關係的管道。
- **較精準地接觸目標客群：**在以往通過關鍵字或是網頁行銷中通常都是以內容為主，某個類別或是特定的關鍵字，但是，到了社群行銷 (Social media marketing) 中，它從內容走向了人脈。您可以透過交友的篩選機制，更精確地接觸行銷所需的目標客群，可以利用性別、地區、甚至是年齡來做為分群。

- **提高品牌或產品忠誠度：**社群行銷 (Social media marketing) 的氛圍中，我們與客戶是保持長期的線上聯繫關係，因此客戶會源源不絕地接收您所傳遞出去的訊息。相對地，這也是在增加這些客戶對企業的品牌或產品忠誠度。但不能當作是一種廣告的模式推播，而是提供有用的訊息與服務，進而讓客戶更親近、更熟悉。
- **提高顧客滿意度：**社群行銷 (Social media marketing) 的核心是顧客關係管理，並不是廣告。所以要去思考如何與客戶相處，進而讓他們滿意、讓他們喜歡我們的品牌或產品。但這需要時間來經營，當成功擁有自己龐大的社群時，就會發現社群行銷所帶來的強口碑效應與人脈價值。

第參章 研究內容與方法

競賽使用的平台是經貿網與 Facebook，內容主要是幫助廠商撰寫產品文案、產品圖拍攝與 Facebook 發文。研究內容以經貿網為主以 Facebook 為輔，運用 Facebook 每日發文藉此增加廠商的曝光率，將對產品有興趣的客戶導回經貿網進行購買與相關產品的詢問。

第一節 台灣經貿網(Taiwantrade)

比賽所使用的操作平台。台灣經貿網連結國內電子市集、國內公會及貿易相關業者，並整合貿易流程資訊，扮演「我國網路貿易推廣及接單中心」，協助我國廠商順利邁向無紙化貿易，運用網路科技開拓全球市場。

表 3-1 經貿網平台介紹

支援語言	提供英、日、簡、正中、葡、西、印尼、泰、越、阿、俄、德、法、土等 14 語系。
產品種類	涵蓋汽配、資通訊、食品、運動用品、婦幼用品、美妝保養、居家生活等產業優質會員及產品。
支付方式	提供「PayPal」、「信用卡線上刷卡(含 Apple Pay / Google Pay)」、「兩岸支付通 (支付寶、財付通)」等付款管道。
收貨方式	以 EMS、UPS 以及 DHL 等國際物流管道，輕鬆收款，快速寄件

資料來源：本研究整理

第二節 Facebook(臉書粉絲專頁)

比賽時為了增加曝光率與進行廣告推播所使用的平台。Facebook (簡稱 FB)

是源於美國的社群網路服務及社會化媒體網站，除了文字訊息之外，還可以傳送圖片、影片等訊息給其他使用者，此外使用者也可以加入有相同興趣的社團、粉絲專頁。

以下內容為本專題計畫書之研究內容與方法：

由於廠商提供的產品都是最新的型號，在經貿網網站中尚未建置產品的相關資料，經過小組與廠商的溝通了解後，確認每件產品的基本作用與安裝作業流程，圍繞著產品的功能與特色撰寫該品項文案。廠商期望將產品推廣到全球，因此選用英文(全球共通語言)文案的方式呈現，與廠商確認文案語意正確之後，編輯經貿網的產品內頁，將產品上架到該平台上。此外Facebook 粉絲專頁也是同步進行，由於廠商沒有經營Facebook 粉絲專頁的經驗，小組與廠商討論出的結果為一週五篇貼文主要以英文呈現，貼文的內容只要與普通重型機車相關即可。經營Facebook 粉絲專頁的最大目的是運用貼文與客戶間產生共同話題、小編趣味的回覆，藉此拉近客戶間的距離。

一、研究架構圖

修改產品文案、圖片為了提升經貿網內容，Facebook 廣告推播與Facebook 小編發文以增加曝光率為目標。

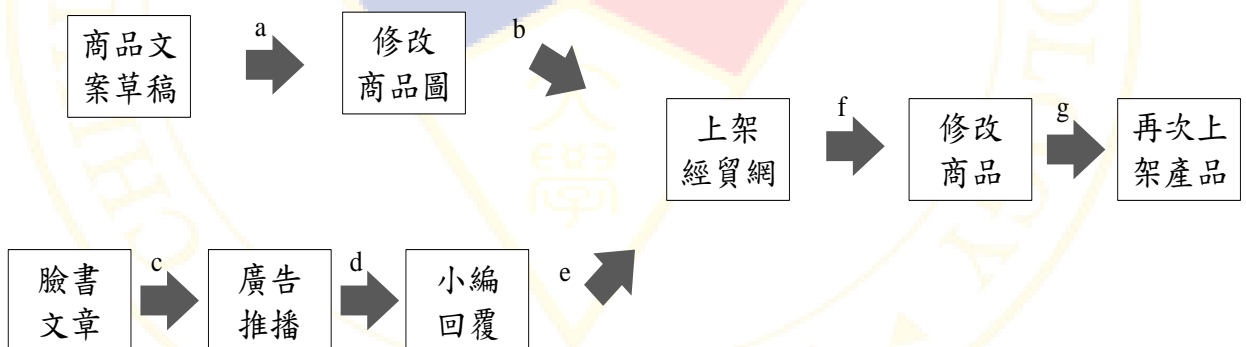


圖 3-1 研究架構圖

資料來源：本研究整理

表 3-2 研究架構圖說明

a	瞭解業者需求並上架產品，此步驟包含文案撰寫與產品圖後製。
b	產品基本資料確認與增加關鍵字填寫並上架產品。
c	運用 Facebook 發文與顧客間創造共同話題。
d	運用 Facebook 廣告推播以此增加曝光率。
e	Facebook 小編回覆相關問題，藉此將人流導向經貿網平台。
f	檢查和修改產品、微調，增加產品資訊的完善度。

第肆章 實驗技術探討與分析

第一節 台灣經貿網平台之產品內容設計與上架

一、台灣經貿網上架商品內容設計與操作過程

1. 拍攝產品照與影片
2. 產品文案撰寫
3. 產品關鍵字分析
4. 上架經貿網

(一)拍攝產品照與影片

拍攝下來的產品首先會先加上浮水印，清楚的標明就是我們的產品，並且利以多方位的角度來呈現，使客戶可以從不同的角度看到產品特色與做工細節，再來也會為某產品拍攝影片，讓客人透過影片的講解，可以更加清楚產品的使用方式與功能。

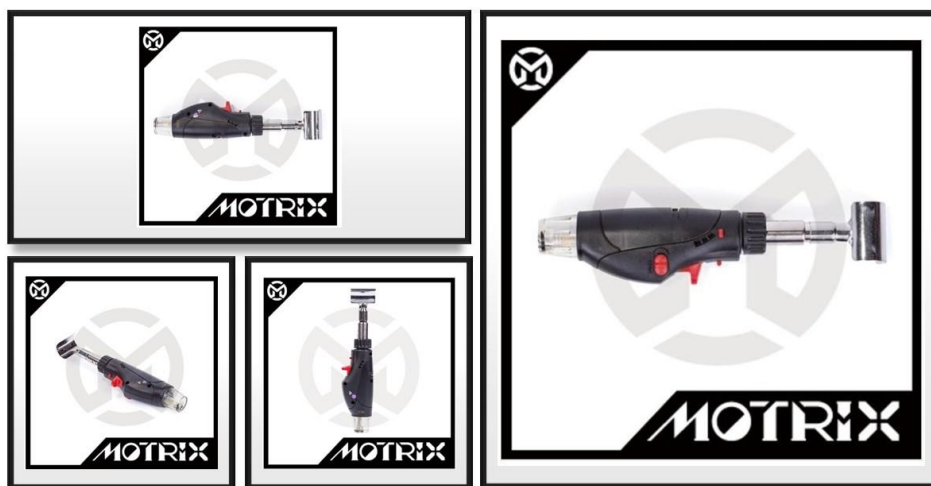


圖 4-1 拍攝產品圖

資料來源：台灣經貿網(2021)

Three-in-one heat gun / welding gun

Welding / Hot Blower / Torch



Three-in-one heat gun / welding gun combines the three functions of welding, hot blower, and torch.

圖 4-2 拍攝產品影片圖

資料來源：台灣經貿網(2021)

(二) 產品文案撰寫

透過廠商的描述，並且了解產品後，將產品的功能和特色鉅細靡遺寫在文案中，再強調特殊的做工細節，以及是使用甚麼材料來製造的，讓顧客可以清楚從文案中了解產品的特色與品質，以增加顧客的購買率。

Three-in-one heat gun / welding gun combines the three functions of welding, hot blower, and torch.

The maximum temperature of each mode is different.

You can adjust the welding gun mode according to different usage requirements.

Mode	The Maximum Temperature
Welding mode	350 degrees
Hot blower mode	550 degrees
Torch mode	1300 degrees

This product is very convenient to use and carry.

It uses liquid gas instead of traditional electricity,

so it can be carried to anyplace without considering the issue of electricity.

There are many thoughtful designs in terms of function and appearance, including:

- A transparent design that allows you to view the remaining gas.
- Safety lock that can extinguish the flame at any time when an emergency occurs.
- Or you can adjust the firepower with Control lock.

And other functions are highly recommended to people who like to do DIY at home or hobbyist, so that you can easily complete your work !!

圖 4-3 文案說明圖

資料來源：台灣經貿網(2021)

(三) 產品關鍵字分析

根據商品的名稱與特色來搜尋關鍵字，再經由 Ubersuggest 關鍵字搜尋工具，進行分析，觀察關鍵字是否具有一定的搜尋熱度，並且也會列出與所搜尋的關鍵字相關的熱搜關鍵字，再從中篩選出最符合該產品的詞彙，增加在我們的產品關鍵字中，以提升曝光率。

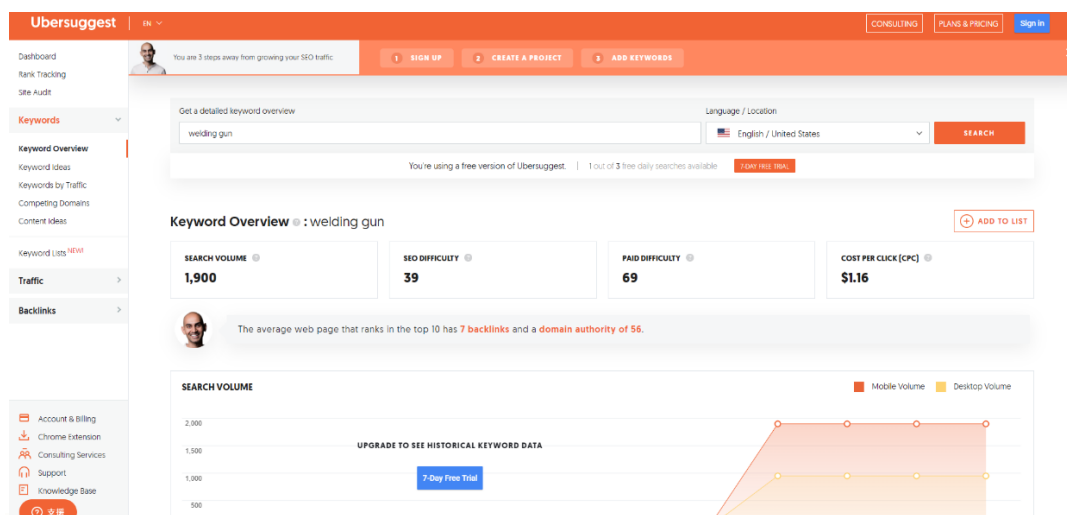


圖 4-4 關鍵字查詢圖

資料來源：Ubersuggest

KEYWORD IDEAS

SUGGESTIONS | RELATED | QUESTIONS | PREPOSITIONS | COMPARISONS

KEYWORD	TREND	VOLUME	CPC	PD	SD
welding gun	↘	20	\$0	1	18
welding gun metal	↘	10	\$0	1	13
welding guns of australia pty ltd	↘	10	\$0	1	5
welding guns of australia	↘	10	\$0	1	5
welding gauntlets	↘	10	\$0	1	18
aluminium welding gunnedah	↘	-	\$0	-	-
cara guna welding tig	↘	-	\$0	-	-

VIEW ALL KEYWORD IDEAS

圖 4-5 其他關鍵字查詢圖

資料來源：Ubersuggest

(四) 上架經貿網

經過以上的步驟之後，將產品圖片上架到經貿網上，在將產品的文案上架到經貿網中，最後把產品關鍵字填入，完成經貿网上架作業。

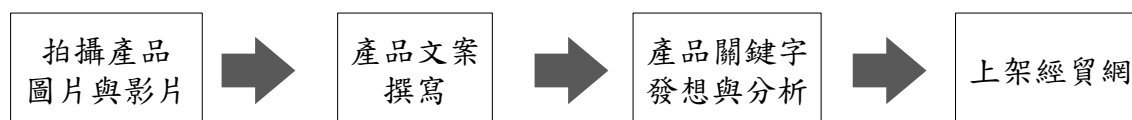


圖 4-6 上架流程圖

資料來源：本研究整理

第二節 台灣經貿網電商平台經營優化策略

一、台灣經貿網平台優化策略

1. 增加產品圖片豐富度
2. 增加產品文案內容量
3. 增加關鍵字

(一) 增加產品圖片豐富度

我們會根據產品的特色來強調細節與其他品項的差異點，在經貿網中圖片的解析度與數量，也都會影響到產品排序，為了讓用戶們可以更容易的搜尋到產品，所以會利用不同角度拍攝產品的特色照，增添圖片的豐富程度。

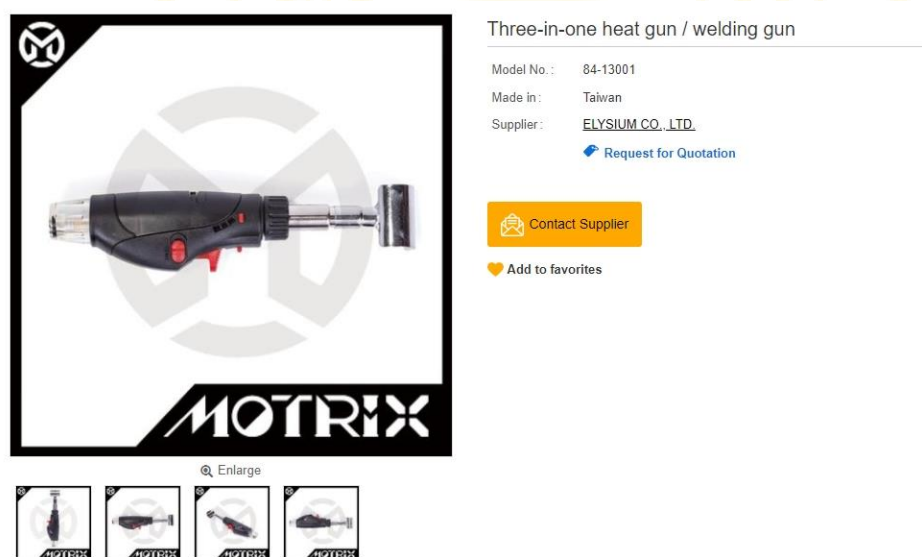


圖 4-6 產品圖 - 1

資料來源：台灣經貿網(2021)



Water resistant cellphone case

Model No.: 84-33340/84-33341/84-33342

Supplier: [ELYSIUM CO., LTD.](#)

[Request for Quotation](#)

[Contact Supplier](#)

[Add to favorites](#)

Enlarge



圖 4-7 產品圖 - 2

資料來源：台灣經貿網(2021)



Alloy handlebar clamps 28.6mm, black with raiser

Model No.: 23-286-BB

Supplier: [ELYSIUM CO., LTD.](#)

[Request for Quotation](#)

[Contact Supplier](#)

[Add to favorites](#)

Enlarge



圖 4-8 產品圖 - 3

資料來源：台灣經貿網(2021)

(二)增加產品文案內容量

在文案中會詳細介紹產品的特性與功能，並且將重點標明，甚至是製作產品影片，凸顯出我們的產品與他牌產品的差異，使用到甚麼與他牌不同的生產技術來製造，為何要選擇我們的產品？利用一個優質的文案來達到更好的曝光率藉此增加商機。

Three-in-one heat gun / welding gun

Welding / Hot Blower / Torch



Three-in-one heat gun / welding gun combines the three functions of welding, hot blower, and torch.

The maximum temperature of each mode is different.
You can adjust the welding gun mode according to different usage requirements.

Mode	The Maximum Temperature
Welding mode	350 degrees
Hot blower mode	550 degrees
Torch mode	1300 degrees

This product is very convenient to use and carry.
It uses liquid gas instead of traditional electricity,
so it can be carried to anyplace without considering the issue of electricity.

There are many thoughtful designs in terms of function and appearance, including:

- A transparent design that allows you to view the remaining gas.
- Safety lock that can extinguish the flame at any time when an emergency occurs.
- Or you can adjust the firepower with Control lock.

And other functions are highly recommended to people who like to do DIY at home or hobbyist, so that you can easily complete your work !!

圖 4-7 產品文案內容 - 1

資料來源：台灣經貿網(2021)

Why you need MOTRIX water resistant cellphone cases for your bikes?

84-33340-G/H/M
84-33341-G/H/M 6.5" screen size
84-33342-G/H/M 7.5" screen size



People have changed many lifestyles because of the impact of the epidemic of COVID-19. There are much more bicycles, scooters, motorcycles and e-Bikes on the road. Our new water-resistant cellphone cases are good tools for all the riders.

Motrix water-resistant smart phone case have following features.

圖 4-8 產品文案內容 - 2

資料來源：台灣經貿網(2021)

Alloy handlebar clamps 28.6mm, black with raiser

Key Features

Alloy handlebar clamps 28.6mm, black with raiser



Having a nice handlebar allows you to enjoy your ride journey.

MOTRIX provides many styles of bars for you.

Universal, Magna-Hawk, Beach Bars, T-Bars, Ape Hangers, CLIP-ONS Handlebars, Straight Bar Broomstick Style...

Contact us for further information!

- Our handlebars are 100% Brand new.
- Top class quality and durable in use.
- Excellent working condition and Easy to Install.
- Many options for colors.
- We also have Bar ends, Pads, Handlebar Clamps for your handlebars.

圖 4-9 產品文案內容 - 3

資料來源：台灣經貿網(2021)

(三)增加關鍵字

文案完成後，接下來就是為產品增加關鍵字的步驟，這一步看似簡單其實非常不容易，要先從眾多的關鍵詞中篩選出符合自己產品的詞彙，然後再去查詢此關鍵字是否有一定的搜尋量與熱門度，添加到產品資訊中成為關鍵字，而精確的抓到關鍵字，就可以帶來更多的流量與曝光率，使產品能被更多人搜尋到。

第三節 Facebook 社群行銷設計與廣告推播

一、Facebook 社群行銷設計項目

1. 社群經營
2. 固定貼文
3. 廣告推播

(一) 社群經營

這次的比賽是由經貿網配合 Facebook 廣告來進行，透過粉絲專頁的經營，拉近與客戶之間的距離，這不僅能提升了本身的流量，讓使用 Facebook 的用戶也有機會可以接觸到我們的產品，並且在客戶關係管理中達到了更好的效果，也從中增加一些曝光率。



圖 4-9 粉絲專頁

資料來源：Facebook(2021)

(二) 固定貼文

粉絲專頁經營的方式為透過排程工具於每週固定時段發佈文章，提升廠商在 Facebook 中的曝光率，而文章的內容也是與販賣的產品有所關係，以貼近日常生活的方式來進行貼文與互動，偶爾也會放上經貿網平台的產品，讓有興趣的用戶可以詢問，獲得更好的成效。

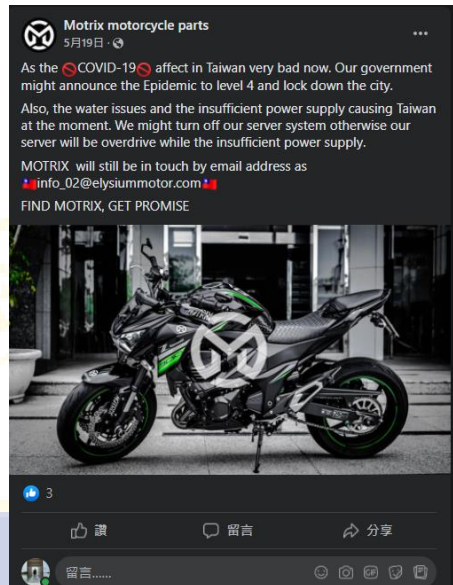


圖 4-10 Facebook 貼文 - 1

資料來源：Facebook(2021)

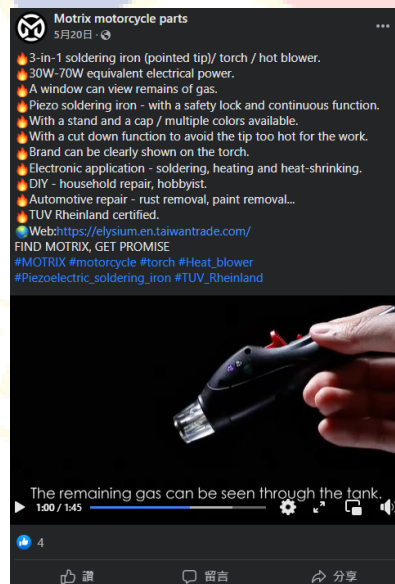


圖 4-11 Facebook 貼文 - 2

資料來源：Facebook(2021)



圖 4-12 Facebook 貼文 - 3

資料來源：Facebook(2021)

(三) 廣告推播

透過 Facebook 粉絲專頁的商務套件來操作，根據客群與使用者喜好，選擇適當的時間點推播廣告帶來更好的流量以及觸及率，觸及率、曝光率與推播文案的方式及內容有所差異，選擇適合的方式，才能夠達到最好的效果。(圖 4-12 為比賽廣告成效)

行銷活動名稱	貼文讚數	貼文儲存數	貼文分享數	連結點擊次數	影片畫面的觀看	花費金額	結果	觸及率	觸及人數	顯示次數
Traffic	11	3	1	129	-	NT\$2,740	129	1.55	16,489	10,606
> 1 個行銷活動的成效	11	3	1	129	-	NT\$2,740	129	1.55	16,489	10,606

圖 4-12 Facebook 廣告成效

資料來源：Facebook(2021)

第五章 結論與未來展望

第一節 結論

透過這次經貿網的比賽，使我們可以更加了解電商平台的經營過程，並且從中找出不足的地方來優化，儘管小組成員的經驗不足，經過這次的競賽後不管是廠商或是我們都有一定的成長。

過程中最艱難的項目是關鍵字搜尋與增加曝光率，下關鍵字前必須先充分瞭解產品的特色，並且運用關鍵字搜尋工具找出與產品相關的詞彙，從這些資料中篩選出較熱門的詞彙來做為關鍵字，雖然看似簡單但是其中卻蘊含著許多小細節；另外我們也有使用 Facebook 粉絲專頁來增加曝光率，而這就要先觀察客戶上網的時間與喜好，經由固定發文與廣告推播，使其他潛在客戶可以觸及為流量帶來偌大的成效。

即便過程中有遇上困難，但是在積極與廠商的溝通協調，小組也順利進入競賽第二階段並且完成比賽，同時取得參賽證明，雖然沒有獲得獎項，不過小組成員在過程中都獲益良多，期望日後能將學習的經驗回饋在職場上。

第二節 未來展望

希望我們可以將電子商務的所知所學精益求精，無論是產品的文案、拍攝、關鍵字、上架、社群經營等，都是必須經過後台數據的統計，加以分析並且討論，以此精準抓住客戶的趨勢達到成效。經過不斷累積經驗與學習，才能夠將這些技巧與知識運用在自己未來的人生中。

參考文獻

參考資料:五大優勢，網羅全球商機，擷取自

<https://info.taiwantrade.com/S0/member/eportal/about.html>

參考資料:買賣旺簡介-即刻開店搶商機 擷取自

<https://info.taiwantrade.com/idealez/about>

參考資料: Facebook-維基百科

擷取自 <https://zh.wikipedia.org/wiki/Facebook>

參考資料:MBA 智庫百科

擷取自 <https://wiki.mbalib.com/zh->

[tw/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8A%A1](https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E7%94%B5%E5%AD%90%E5%95%86%E5%8A%A1)

參考資料:電子商務 - 2021 電商趨勢、發展策略

擷取自 <https://oosga.com/pillars/ecommerce/>

參考資料:王婉如 (2017 年)，應用 S-O-R 模式探討社群商務中購買意願與口碑傳播之影響因素-以 Facebook 粉絲專頁為例，國立虎尾科技大學，資訊管理系碩士班，碩士論文，

擷取自

<https://www.airitilibrary.com/Publication/alDetailedMesh1?DocID=U0028-2707201701041400&sourceBrowseType=0>

參考資料：2021 社群媒體趨勢 | 盤點 3 個社群平台行銷成功案例，社群軟體要怎麼做才算成功？，擷取自

<https://sharing.tcincubator.com/2020%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E8%A1%8C%E9%8A%B7%EF%BD%9C%E7%9B%A4%E9%BB%9E3%E5%80%8B%E7%B6%93%E7%87%9F%E7%A4%BE%E7%BE%A4%E7%9A%84%E6%88%90%E5%8A%9F%E6%A1%88%E4%BE%8B%EF%BC%8C%E8%A6%81%E6%80%8E%E9%BA%BC/>



畢業專題 系統操作手冊



【專題執行計畫表】

組名 得獎請排隊			
組員	班級	學號	姓名
	資四 C	10710348	張劉明勳
	資四 C	10710310	邱郁淳
	資四 C	10710312	陽羅博元
	資四 C	10710317	盧楷杰
	資四 C	10710314	羅聖學
	資四 C	10710355	侯冠宇
	資四 C	10710353	廖浩安
選定合作單位	名稱	曜鑫有限公司	
	負責人	彭瑞鳳	聯絡人 盧宣名
	電話	02-2897-5659	電話
	地址	112 台北市北投區大業路 166 號 7 樓	
	業務描述	主要從事重型機車零配件貿易及監視系統代理 機車、越野車、沙灘車、水上摩托車和雪車等 零配件出口貿易 監視系統：網路攝影機、防爆設備、鋼鐵石化廠防護設備、監控軟體	
專名	電商平台經營及優化		
題稱	專題資訊系統功能描述 參加台灣經貿網所舉辦跨境電商實戰工作坊之行銷成長營，與曜鑫有限公司合作，讓學生協助經營「台灣經貿網」平台，在 Facebook 以及經貿網上刊登產品照片並附上中英文文案，並且拍攝宣傳影片提升曝光度，來增加公司在比賽中的競爭力。		
指導老師簽名		日期	年月日
備註			

【專題工作分配表】

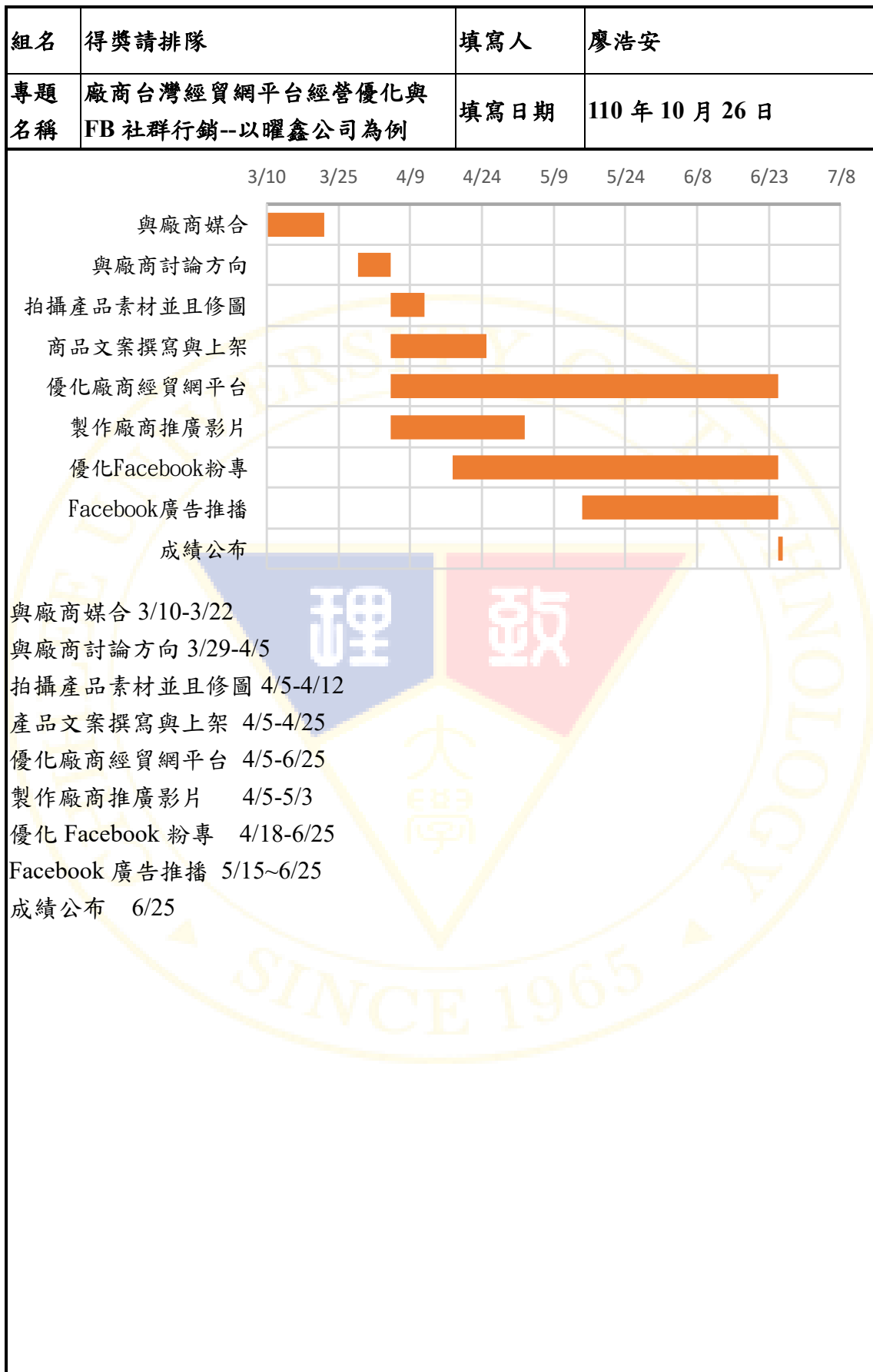
組名	得獎請排隊	填寫人	廖浩安
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月26日

邱郁淳、羅聖學：負責將後製好的產品上傳至 Facebook 上，以及撰寫文案。
 侯冠宇、陽羅博元：素材拍攝與製作人員，負責產品拍攝、後製與影片製作。
 盧楷杰、廖浩安：負責發想產品英文介紹，並提供給廠商審核後上架至經貿網上。

張劉明勳：作為與廠商的溝通窗口，負責與廠商討論一些重要決策。



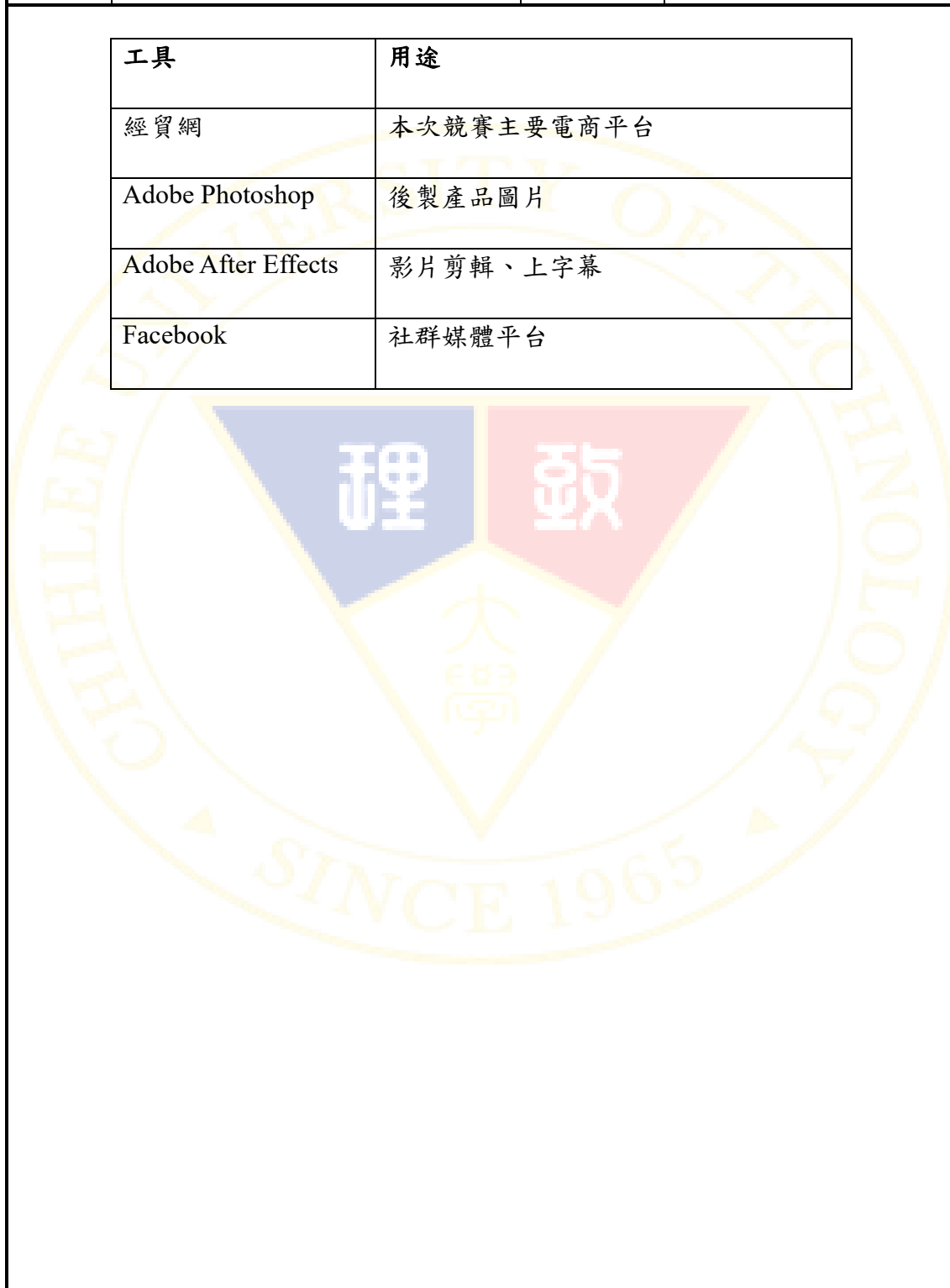
【GANTT 圖】



【開發工具清單】

組名	得獎請排隊	填寫人	廖浩安
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與 FB 社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110 年 10 月 26 日

工具	用途
經貿網	本次競賽主要電商平台
Adobe Photoshop	後製產品圖片
Adobe After Effects	影片剪輯、上字幕
Facebook	社群媒體平台



【需求訪談計畫表】

組名	得獎請排隊	填寫人	侯冠宇、陽羅博元
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與 FB 社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110 年 10 月 20 日

本研究需求訪談分為以下三點：

(一)公司背景

1. 公司定位。
2. 公司的組織與部門介紹。
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/外銷比例？
4. 提供其他服務？

(三)目標市場

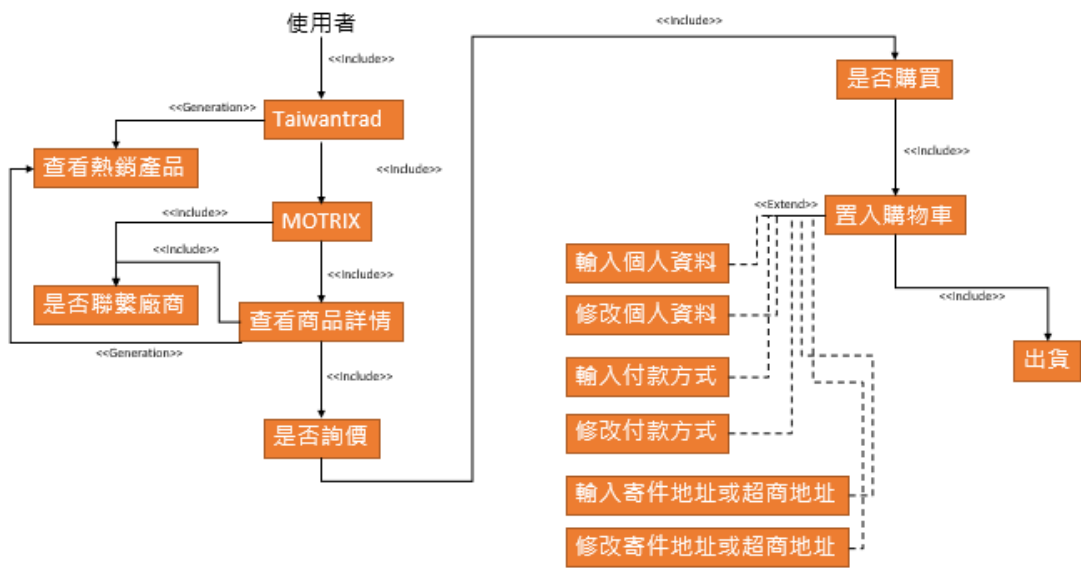
1. 想要的目標客戶群是？
2. 目標銷售地區/國家？

【需求訪談紀錄表】


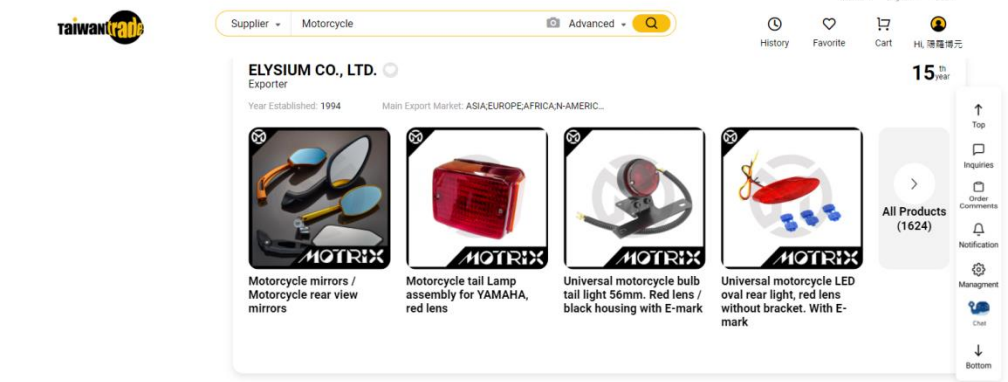
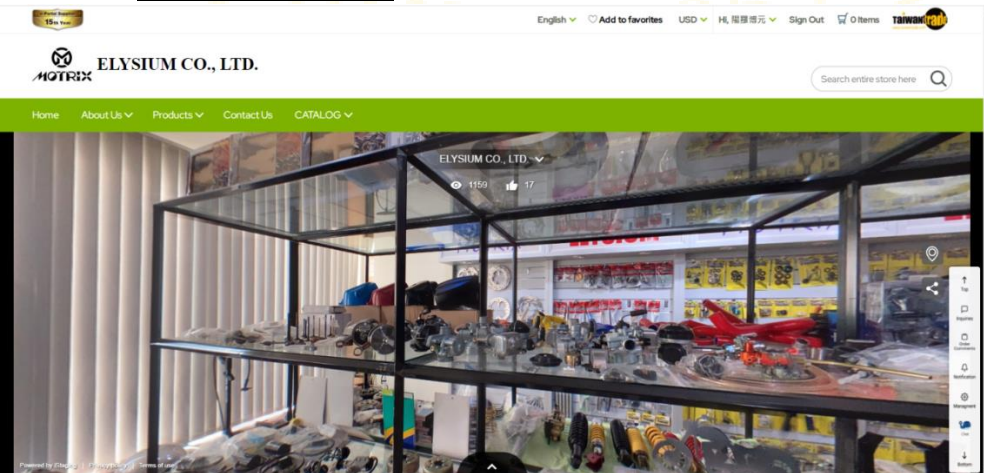
組名	得獎請排隊	填寫人	侯冠宇、陽羅博元
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月20日
<p>(一)公司背景</p> <p>1.公司的定位。 Ans：我們是銷售各式重機零件，公司約25年。</p> <p>2.公司的組織與部門介紹。 Ans：我們有負責包裝產品、網路行銷、產品攝像、雷射客製。</p> <p>3.公司的優勢/劣勢。 Ans：我們的優勢是在同業裡零件種類算多的，不管任何車型的或客製化的零件都有，但是因為目前客戶都在東南亞，想要推往歐美洲國家有點難度。</p> <p>(二)主營業務</p> <p>1.主營產品項目有哪些？ Ans：重機零件、維修工具。</p> <p>2.主要銷售對象(客戶)為何？ Ans：目前客戶來自東南亞客戶居多，有一般民眾和公司企業。</p> <p>3.內/外銷比例？ Ans：85%出口為主。</p> <p>4.提供其他服務？ Ans：提供一條龍服務，如果客戶希望有客製需求，不論是包裝或是雷射，公司都提供這方面的需求。</p> <p>(三)目標市場</p> <p>1 想要的目標客戶群是？ Ans：希望能先增加公司、產品的曝光量，進而得到更多的流向，增加購買機會。</p> <p>2.目標銷售地區/國家？ Ans：目前主要銷售市場在東南亞，希望能擴展到歐、美洲。</p>			

【使用個案圖】

組名	得獎請排隊	填寫人	張劉明勳
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與 FB 社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110 年 10 月 19 日



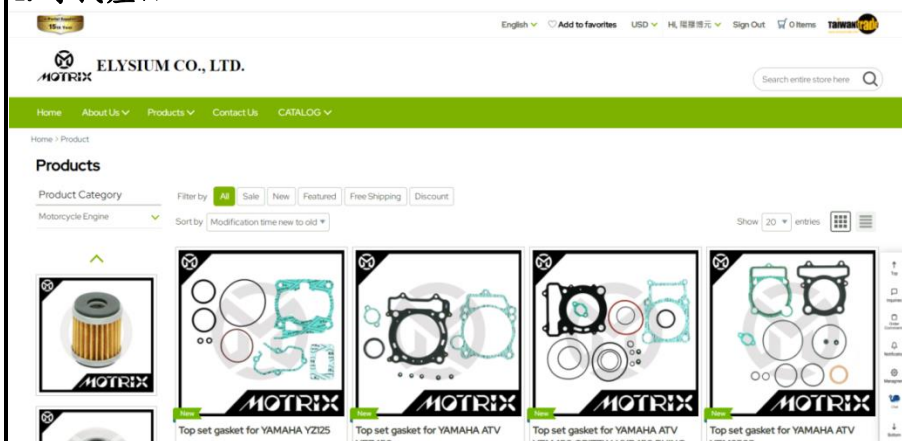
【介面藍圖】

組名	得獎請排隊	填寫人	盧楷杰
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月20日
1. 登入畫面/輸入帳號密碼			
			
2. 搜尋 ELYSIUM CO., LTD.			
			
3. 進入到 ELYSIUM CO., LTD. 官方網站			
			

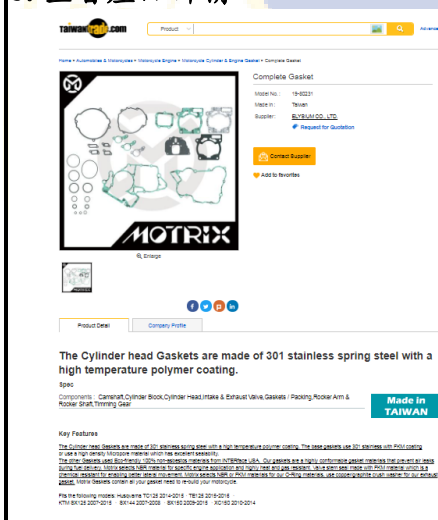
【介面藍圖(續)】

組名	得獎請排隊	填寫人	盧楷杰
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月20日

4. 尋找產品



5. 查看產品詳情



6. 詢問產品相關資訊

Step 1 Fill in the form
Step 2 Completion

Mrs.J. F. Peng, ELYSIUM CO., LTD.

Complete Gasket

Quantity: Pack(s)

Estimated Purchase Amount USD: USD

Message

Insert a template: Request price Request a sample Request a product catalog Request a quotation

Dear Sir/Madam,

I'm looking for products with the following specifications:

Drop files here to upload

*File formats: .htm, .html, .doc, .docx, .pdf, .txt, .zip, .rar, .png, .jpg, .gif, .ppt, .xls, .xlsx (10MB in total). Total size: 0

Contact Information

* Email:

* Full Name: Mr.

[View and Modify](#)

【資料詞彙】

組名	得獎請排隊	填寫人	盧楷杰
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月20日
登入畫面			
編號	欄位名稱	型態/長度	規則/格式/公式
A	帳號	Text	無
B	密碼	Text	無
搜尋畫面(公司)			
編號	欄位名稱	型態/長度	規則/格式/公式
A	搜尋類別	Varchar(10)	下拉式選單
B	搜尋欄(關鍵字)	Text	無
C	公司	Text	按下搜尋按鈕後
搜尋畫面(產品)			
編號	欄位名稱	型態/長度	規則/格式/公式
A	產品圖片	Image	無
B	搜尋欄(關鍵字)	Text	無
產品畫面			
編號	欄位名稱	型態/長度	規則/格式/公式
A	產品圖片	Image	無
B	產品名稱	Varchar(100)	無
C	產品訊息	Text	無
D	公司簡介	Text	無
詢問畫面			
編號	欄位名稱	型態/長度	規則/格式/公式
A	產品圖片	Image	無
B	產品名稱	Text	無
C	詢問表單	Text	無

【活動圖】



【使用者操作手冊】

組名	得獎請排隊	填寫人	張劉明勳
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月24日
畫面編號	1	畫面名稱	經貿網 登入畫面
系統畫面			
操作說明	輸入帳號密碼進入經貿網。		

【使用者操作手冊(續)】

組名	得獎請排隊	填寫人	張劉明勳
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB 社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110 年 10 月 24 日
畫面編號	2	畫面名稱	搜尋 Motorcycle
系統畫面			
	操作說明	<p>搜尋欄選至 Suppliers 並搜尋 Motorcycle 將顯示關於 Motorcycle 廠商資料，並且找到 ELYSIUM CO.,LTD.</p>	

【使用者操作手冊(續)】

組名	得獎請排隊	填寫人	張劉明勳
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化 與 FB 社群行銷--以曜鑫公司 為例	填寫日期	110 年 10 月 24 日



畫面編號	3	畫面名稱	Home page
系統畫面			
	操作說明	<p>點選標題 ELYSIUM CO.,LTD.將會進入廠商經貿網並顯示廠商設置的 Banner。</p>	

【使用者操作手冊(續)】

組名	得獎請排隊	填寫人	張劉明勳
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與 FB 社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110 年 10 月 24 日

畫面編號	4	畫面名稱	產品分類
系統畫面			
	操作說明	<p>選至 Products 會列出產品分類，並且選擇欲購買的項目進入產品頁面。</p>	

【使用者操作手冊(續)】

組名	得獎請排隊	填寫人	張劉明勳
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月24日

畫面編號	5	畫面名稱	產品畫面
系統畫面			
操作說明	<p>進入產品畫面，選擇一項產品，將打開產品畫面，將會出現產品圖片、產品標題、詢價按鈕、聯繫供應商按鈕、加入最愛按鈕、產品介紹。</p>		

【使用者操作手冊(續)】

組名	得獎請排隊	填寫人	張劉明勳
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月24日

畫面編號	6	畫面名稱	詢價畫面
系統畫面			
操作說明	<p>點擊詢價或連繫供應商，會出現確認詢價的畫面，填寫完畢資料並且送出，完成詢價，並且等待廠商回應。</p>		

【測試相關計畫】

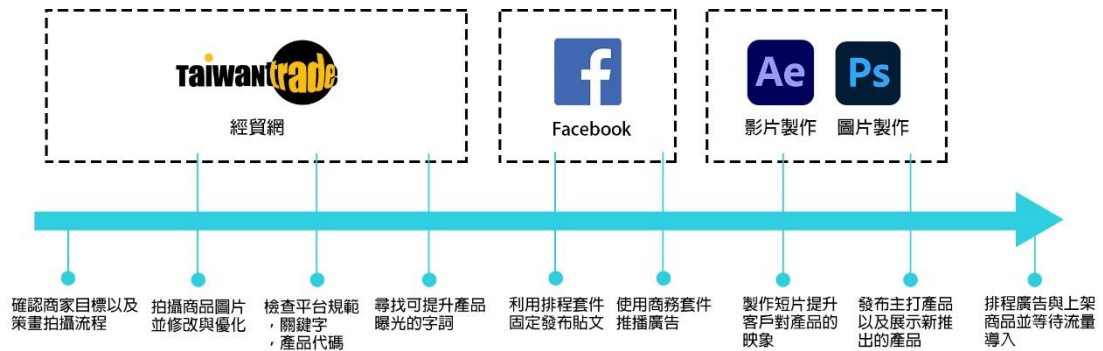
組名	得獎請排隊	填寫人	羅聖學
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月27日

壹、說明

一、要旨

與廠商確認是否在經貿網平台上架商品並優化其商品內容，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、經貿網後台控制系統
- 二、Adobe Photoshop 影像後製
- 三、Adobe After Effects 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 After Effects 2. Adobe Photoshop

【測試相關計畫(續)】

組名	得獎請排隊	填寫人	羅聖學
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月27日

參、平台測試

本測試計畫處理項目包含商品上架、商品展示。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。

一、商品上架測試

(一)測試環境軟硬體需求(參考貳)

(二)測試條件

- 1.經貿網平台運作正常
- 2.使用之電腦運作正常
- 3.網路連線正常

(三)測試地點

曜鑫

(四)參與測試人員

所有小組成員共七名

(五)測試重點與標準

- 1.拍攝之商品圖是否能清晰上傳
- 2.上傳之商品圖是否能展現出商品樣式

二、商品介紹之圖片測試

(一)測試環境軟硬體需求(參考貳)

(二)測試條件

- 1.經貿網平台運作正常
- 2.使用之電腦運作正常
- 3.網路連線正常

(三)測試地點

曜鑫

(四)參與測試人員

所有小組成員共七名

(五)測試重點與標準

- 1.上傳拍攝之商品圖片是否清晰
- 2.上傳拍攝之商品解說是否明確
- 3.以上兩點之圖片是否實用

【測試相關計畫(續)】

組名	得獎請排隊	填寫人	羅聖學
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月27日

三、熱搜、關鍵字測試

(一)測試環境軟硬體需求(參考貳)

(二)測試條件

- 1.經貿網平台運作正常
- 2.使用之電腦運作正常
- 3.網路連線正常

(三)測試地點

曜鑫

(四)參與測試人員

所有小組成員共七名

(五)測試重點與標準

查找哪些關鍵字與廠商之商品相關且較多人使用來搜尋

四、商品短片測試

(一)測試環境軟硬體需求(參考貳)

(二)測試條件

- 1.經貿網平台運作正常
- 2.使用之電腦運作正常
- 3.網路連線正常

(三)測試地點

曜鑫

(四)參與測試人員

所有小組成員共七名

(五)測試重點與標準

- 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

【專案結案報告】

組名	得獎請排隊	填寫人	侯冠宇、陽羅博元
專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月24日

報表名稱	型錄瀏覽量
報表統計時間	110/04/05~110/05/05
<p>檢討：</p> <p>從成長率中可以看到網站瀏覽量與上個月的統計數據相比成長了 76.47%，說明從優化動作之後吸引了部分潛在客戶至經貿網中瀏覽產品型錄。</p>	
報表名稱	店鋪訪問人數占比
報表統計時間	110/04/05~110/05/05
<p>檢討：</p> <p>網站主流量以印度尼西亞等東南亞國家佔比居多，期望透過共同語言(例如英文)，來增加產品關鍵字與撰寫文案，增加德國、澳大利亞和英國等各國的曝光量。</p>	

【專案結案報告(續)】

組名	得獎請排隊	填寫人	侯冠宇、陽羅博元
----	-------	-----	----------

專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月27日
-------------	--------------------------------------	-------------	-------------------

報表名稱	店鋪熱品		
報表統計時間	110/04/05~110/05/05		
產品名稱	瀏覽量	訪客數	平均停留時間(秒)
1 Brake lever, polish for SUZUKI GZ / GS / GSF / GSK-R / GSX1200 / 1300 / 1400 ELYSIUM CO., LTD. LIB-33E	54	11	20
2 MOTORCYCLE ACCESSORIES, MOTORCYCLE ACCESSORY ELYSIUM CO., LTD. 00-MOTORCYCLE ACCESSORIES	54	11	94
3 Motorcycle mirrors / Motorcycle rear view mirrors 20_MOTORCYCLE MIRRORS	43	43	0
4 MOTORCYCLE CYLINDER KITS, MOTORCYCLE CYLINDER KIT 05-MOTORCYCLE CYLINDER KITS	32	11	74
5 Brake lever for HONDA CR80-500 96 FORGED ELYSIUM CO., LTD. LIB-KCE-F	21	11	17
6 Brake lever, forged / polish for HONDA CR80 / 500 96 ELYSIUM CO., LTD. LIB-KCE-F	21	11	13
7 Brake lever, forged / polish for KAWASAKI KLX / KX, SUZUKI RM / RMZ / WR, YAMAHA YZ ELYSIUM CO., LTD. L7B-5MV-F	21	11	13
8 Clutch lever, forged/polish for KAWASAKI KX125-500 90 L3C-165-F	21	21	0
9 Clutch lever, original color for KTM 250EXC/300EXC 2006/2007 L8C-006-F	21	11	0
10 Complete set gasket for YAMAHA DT400 19-61471A	21	11	93
11 Motorcycle fork oil seals, dust seals, engine oil seal kits 190_Motorcycle fork oil seals	21	21	0
12 Motorcycle mirror LH, with E-mark. Fitment for DERBI BOULEVARD 125/150/200 209-190-L	21	21	0
13 Motorcycle universal mirror with clamp 209-6824	21	11	26
14 20_MOTORCYCLE MIRRORS 20_MOTORCYCLE MIRRORS	11	11	0
15 Air filter for HONDA CS0 / 70 / 90 121-0025	11	11	0
16 Air filter for HONDA XL650 01-07 121-0169	11	11	0
17 Air filter for KAWASAKI EL250 88-03, KLE500 91-07, ZX600 / 750 123-0061	11	11	0
18 Brake lever for YAMAHA YZF250 2007 polish ELYSIUM CO., LTD. LIB-KJ1	11	11	2
19 Brake lever for YAMAHA YZF250 2007 polish LIB-KJ1	11	11	35
20 Brake lever for YZB5/125/250/450 polish ELYSIUM CO., LTD. L7B-5MV	11	11	21

檢討：

大部分的客戶會透過網站瀏覽產品資訊，之後透過其他方式諮詢與購買產品，而不是使用線上的方式諮詢。



報表名稱	引流熱詞
報表統計時間	110/04/05~110/05/05
關鍵字	搜尋次數
1 Throttle tube	12
2 pw50	12
3 complete sets to rebuild model	10
4 motorcycle gasket	5
5 CLUTCH CABLE	4
6 sx50	4
7 149-037	3
8 461-00014	3
9 Cylinder Kit	3
10 Motorcycle	3
11 Motorcycle Mirror	3
12 Yamaha throttle tube	3
13 gasket	3
14 ktrn50	3
15 oil seal	3
16 sx	3
17 209	2
18 467-00005	2
19 84-26731	2
20 BRAKE LEVER	2

檢討：

統計網站搜尋過的關鍵字之後，追加遺漏之高搜尋次數之關鍵字。

【專案結案報告(續)】

組名	得獎請排隊	填寫人	侯冠宇、陽羅博元
-----------	--------------	------------	-----------------

專題名稱	廠商台灣經貿網平台經營優化與FB社群行銷--以曜鑫公司為例	填寫日期	110年10月27日																			
報表名稱		網站使用狀況																				
報表統計時間		110/04/05~110/05/05																				
 <p>網站使用狀況</p> <table border="1"> <tr> <td>商家力</td> <td>商機力</td> <td>曝光力</td> <td>電商力</td> <td rowspan="2">A++</td> </tr> <tr> <td>+0.8%</td> <td>66</td> <td>+5.6%</td> <td>11</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>+2.4%</td> <td>17</td> <td></td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>0%</td> <td>3</td> </tr> </table>				商家力	商機力	曝光力	電商力	A++	+0.8%	66	+5.6%	11			+2.4%	17					0%	3
商家力	商機力	曝光力	電商力	A++																		
+0.8%	66	+5.6%	11																			
		+2.4%	17																			
			0%	3																		
<p>檢討：</p> <p>從後台數據顯示需要做更多的網路宣傳，例如產品優惠，圖文分享，不只能夠增加客戶的新鮮感、商機力，還能增加客戶將產品加入購物車的機率。</p>																						
報表名稱		總訪客數																				
報表統計時間		110/04/05~110/05/05																				
 <p>數量 成長率</p> <p>2021/09/19 - 2021/10/17 (135.1% UP)</p> <p>2021/08/19 - 2021/09/17</p>																						
<p>檢討：</p> <p>我們的總訪客數與 08/19 - 09/17 相比之下成長了 135.1%，儘管目前吸引到比之前更多的瀏覽，接下來要想如何增加購物力。</p>																						
報表名稱		流量及商機概覽																				
報表統計時間		110/04/05~110/05/05																				
<table border="1"> <tr> <td>配送商機數</td> <td>型錄瀏覽量</td> <td>企業網瀏覽量</td> </tr> <tr> <td>-40%</td> <td>+76.5%</td> <td>+201.3%</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>300</td> <td>714</td> </tr> <tr> <td>線上商機數</td> <td>總訪客數</td> <td>被追蹤次數</td> </tr> <tr> <td>+166.7%</td> <td>+135.1%</td> <td>+350%</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>87</td> <td>9</td> </tr> </table>				配送商機數	型錄瀏覽量	企業網瀏覽量	-40%	+76.5%	+201.3%	3	300	714	線上商機數	總訪客數	被追蹤次數	+166.7%	+135.1%	+350%	8	87	9	
配送商機數	型錄瀏覽量	企業網瀏覽量																				
-40%	+76.5%	+201.3%																				
3	300	714																				
線上商機數	總訪客數	被追蹤次數																				
+166.7%	+135.1%	+350%																				
8	87	9																				
<p>檢討：</p> <p>數據顯示都有往上升長的趨勢，不論是瀏覽量或是訪客數量都有很好的呈現，但要因為疫情的影響導致配送商機數逐漸下降，應該要視當下疫情狀況，討論改進配送的方式。</p>																						

【會議記錄】

專題名稱	電商平台經營及優化
------	-----------

會議編號	3/29 會議	召集人兼主席	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	
討論主題	電商平台未來規劃與比賽目標			會議時間	3/29	
				會議地點	路易莎咖啡廳	
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. 與廠商確定經貿網平台子帳號資訊與權限設定 2. 了解公司產品生產線 3. 了解本公司產品走向與客群		1. 組長註冊經貿網後台 2. 確定產品客群，以便推廣產品		張劉明勳 陽羅博元 侯冠宇 羅聖學	
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產品，以便上架推廣 5. 與廠商確認經貿網平台資訊是否正確					
決議事項（與主席裁示）						
1. 決議每個禮拜幾開會與討論 2. 決議產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	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	時間	4/5
					地點	曜鑫公司
預定討論主題	討論產品方向及經貿網					
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	4/5 會議	召集人兼主席	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	
討論主題	選擇產品規格與經貿網上架細項與 Facebook 推廣方向			會議時間	4/5	
				會議地點	曜鑫公司	
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. 決議產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. 4/12 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. 拍攝產品素材 2. 修圖 3. 蒐集資料 4. 製作圖片素材		1. 巡視公司環境並拍照，可以用來製作平台店面之公司介紹 2. 拍攝產品主圖照和丈量規格 3. 使用 PS 軟體修飾照片 4. 蒐集相關產品資料整合 5. 主圖、工版圖、宣傳影片構思與發想		盧凱傑 邱郁淳 廖浩安	
本次會議內容	1. 完成需要上架產品的主圖完整度 2. 產品規格尺寸、功能資料完整度 3. 與廠商確認產品資訊是否正確 4. 試上架幾支產品進行評分測試 5. 討論 Facebook 廣告與貼文方向					
決議事項 (與主席裁示)						
1. 製作產品頁內容 2. 產品上架 3. Facebook 廣告行銷討論						
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	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	時間	4/12
					地點	曜鑫公司
預定討論主題	優化經貿網平台和 Facebook 專頁					
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	4/12 會議	召集人兼主席	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	
討論主題	優化經貿網平台和 Facebook 專頁			會議時間	4/12	
				會議地點	曜鑫公司	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	1. 製作產品頁內容 2. 產品上架 3. Facebook 廣告行銷內容		1. 完成拍攝照片 2. 確定文案 3. 確定 Facebook 方向			
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. 設定產品關鍵字建立 3. 討論這些產品詳細功能		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，以便顧客正確搜尋產品 3. 討論 Facebook 發文內容		張劉明勳 陽羅博元 侯冠宇 羅聖學	
本次會議內容	1. 確認每張照片有符合平台規範 2. 定時推發廣告銷售行銷 3. 與廠商討論產品功能與細部，以便上架 4. 確定 Facebook 發文內容					
決議事項 (與主席裁示)						
1. 上架時遇到的問題探討 2. 與廠商討論產品功能與細部，以便上架 3. 確定 Facebook 發文內容						
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	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	時間	4/18
					地點	曜鑫公司
預定討論主題	討論企業形象以及未來展項					
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	4/18 會議	召集人兼主席	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	
討論主題	持續優化經貿網產品與 Facebook 貼文與討論企業形象以及未來展項			會議時間	4/18	
				會議地點	曜鑫公司	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	1. 上架時遇到的問題探討 2. 與廠商討論產品功能與細部，以便上架 3. 確定 Facebook 發文內容		1. 確實解決遇到問題 2. 確定 Facebook 發文內容 3. 確定產品功能與細部內容			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	1. 優化已上架的產品 2. 討論產品文案 3. 討論產品關鍵詞 4. 討論 Facebook 貼文文案 5. Logo 確認		1. 持續關注經貿網流量並且追蹤情況 2. 增加關鍵字 3. 持續優化經貿網產品 4. 確認本週 Facebook 文案		盧凱傑 邱郁淳 廖浩安	
本次會議內容	1. 與負責人討論增加產品詞彙，提升產品排名，可以增加廠商產品的曝光 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，修改圖片放上商家 logo 以建立企業形象 3. 確認本週 Facebook 文案 4. 確認 Logo					
決議事項 (與主席裁示)						
1. 決議下次會議時間 2. 討論出加入的字詞 3. Logo 確認 4. 確認本週 Facebook 文案						
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	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	時間	4/25
					地點	曜鑫公司
預定討論主題	討論與完成產品短影片製作與上架 20 個產品					
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	4/25 會議	召集人兼主席	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	
討論主題	討論與完成產品短影片製作與上架完成 20 個產品			會議時間	4/25	
				會議地點	曜鑫公司	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	<ol style="list-style-type: none"> 1. 決議下次會議時間 2. 討論出加入的字詞 3. Logo 確認 4. 確認本週 Facebook 文案 		<ol style="list-style-type: none"> 1. 確實加入字詞 2. 使用已確認的廠商 logo 作廣告 3. 使用確認的文案 			
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"> 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. 討論本週 Facebook 文案 4. 持續追蹤上架產品成效 		<ol style="list-style-type: none"> 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 4. 確認本週 Facebook 文案 5. 追蹤已上架的產品效果 		張劉明勳 陽羅博元 侯冠宇 羅聖學	
本次會議內容	<ol style="list-style-type: none"> 1. 完成產品短影片設計與製作 2. 確認客戶有無下單紀錄，並追蹤資訊 3. 確認本週 Facebook 文案 4. 追蹤目前所有產品流量 5. 持續優化經貿網與文案 					
決議事項 (與主席裁示)						
<ol style="list-style-type: none"> 1. 決議下次會議時間 2. 確定完成短片 3. 確認本週經貿網成效 4. 持續優化經貿網與 Facebook 						
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	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	時間	5/3
					地點	曜鑫公司
預定討論主題	完成影片製作，並持續優化經貿網與 Facebook 廣告					
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	5/3 會議	召集人兼主席	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	
討論主題	完成影片製作，並持續優化經貿網與 Facebook 廣告			會議時間	5/3	
				會議地點	曜鑫公司	
上次會議	決議事項		執行狀況			
	1. 確定完成短片 2. 確認本週經貿網成效 3. 持續優化經貿網與 Facebook		1. 確實完成短片 2. 追蹤經貿網與 Facebook 成效 3. 確定文案			
本次會議	本週工作進度		本週工作內容		負責人員	
	1. 持續優化經貿網 2. 持續優化 Facebook 3. 確定本週文案 4. 追蹤成效		1. 追蹤經貿網流量 2. 討論 Facebook 文案 3. 討論 Facebook 廣告 4. 追蹤 Facebook 流量		張劉明勳 陽羅博元 侯冠宇 羅聖學 盧凱傑 邱郁淳 廖浩安	
本次會議內容	1. 增加經貿網的豐富度 2. 增加 Facebook 的文案內容與圖片 3. 確定本週文案 4. 追蹤成效					
決議事項 (與主席裁示)						
1. 增加經貿網的豐富度 2. 增加 Facebook 的文案內容與圖片 3. 確定本週文案 4. 追蹤成效						
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	張劉明勳	紀錄者	侯冠宇	時間	5/18
					地點	曜鑫公司
預定討論主題	持續優化經貿網與 Facebook 廣告					
指導老師意見						