

 純真學習顧問

電子商務的發展：

- 電子商務的發展並沒有固定的軌跡可以遵循，它會隨著網路科技的創新發展而不斷改變；也就是說，現在的電子商務和過去的電子商務不同，而未來電子商務的範疇也必定會有所不同。不過有一點可以確定的是，電子商務必定會蓬勃發展，並逐漸成為商業活動的主流。



臺灣學習顧問

電子商務主要可概分為四類：

- 企業對企業
(BUSINESS TO BUSINESS · 簡稱為B TO B · B2B)
- 企業對顧客
(BUSINESS TO CONSUMER · 簡稱為B TO C · B2C)
- 顧客對顧客
(CONSUMER TO CONSUMER · 簡稱為C TO C · C2C)
- 顧客對企業
(CUSTOMER TO BUSINESS · 簡稱為C TO B · C2B)


 教戰學習顧問

企業對企業：

一、企業對企業 (BUSINESS TO BUSINESS) 簡稱為 B TO B (B2B)

- 企業和企業間的往來關係，透過電腦網路來進行，例如：文件傳遞、商品採購、訂單管理、收付帳款、資金移轉、後勤支援等。企業和企業間利用一套電子資料交換的系統機制，透過網路來處理訂單、發票、付帳等作業，進而減少紙張處理、減少資料重複輸入、降低錯誤發生等。希望加速企業間資訊的流通，提高效率與生產力。

企業對顧客：

二、企業對顧客 (BUSINESS TO CONSUMER , 簡稱為 B TO C , B2C)

- 企業與顧客間的往來，包括：電子購物、產品行銷、資訊擷取、消費者服務等。例如：瀏覽商品、訂購商品、以及付款等活動，消費者均可以在網路上完成。

顧客對顧客：

三、顧客對顧客 (CONSUMER TO CONSUMER , 簡稱為 C TO C , C2C)

- 這種模式的電子商務，是指網站經營者只提供匯集物品的資訊，建立評等制度，但並不參與實際的買賣交易，一切有關物流與金流的買賣交易，全由買方和賣方自行處理。
- 常見的C2C網站有拍賣網站，這種拍賣網站，通常都是由賣方自行張貼想要販售的物品，網友自行出價競標，再由最高價者得標，一切物流與金流的交易，均不透過網站經營者。

顧客對企業：

四、顧客對企業 (CUSTOMER TO BUSINESS , 簡稱為 C TO B , C2B)

- 這幾年消費意識的高漲，顧客的力量越來越大。如果有一群人同時都喜歡某一樣商品，就可以集合大家的力量，一起向企業進行集體議價，要求較為優惠的價格。
- 此種模式的好處是可以促進社會的互動，透過網站、新聞的介紹，將一群具有相同喜好的人聚集，彼此分享心得，甚至成立聯誼會；在企業方面，也可以快速了解消費者的需求，並直接做出回應，對企業與顧客雙方都有好處。

1-2 電子商務的運作

- 一般商業活動主要包含**商流**、**物流**、**金流**和**資訊流**等四個層面。
 - 商流**是指交易活動，例如：接受訂單、購買、售後服務等。
 - 物流**是指商品的配送。
 - 金流**是指資金移轉的過程，包括付款、與金融機構連線、信用查詢、付款指示明細、進帳通知明細等。
 - 資訊流**包括商品資訊、行銷活動等。

○ 下圖為電子商務活動的四個層面：

```

graph TD
    金流 --- 物流
    金流 --- 商流
    金流 --- 資訊流
    物流 --- 商流
    物流 --- 資訊流
    商流 --- 資訊流
    電子商務 --- 物流
    電子商務 --- 商流
    電子商務 --- 資訊流
  
```

○ 發展電子商務所需考量的因素：

- 發展電子商務，應深入研究上述四個層面的商業活動中，哪些可以使用數位形式來達成；更重要的是分析哪些活動數位化後，可以降低成本、減少人力、增進效率、提高獲利等。
- 商流和資訊流是一般電子商務活動數位化最為成熟的部分，例如：您可以連線到書商來網購書店瀏覽各種產品（資訊流），選擇訂購您想要的商品，接著結帳（商流）。
- 至於付款（金流）和交貨（物流）部分，是電子商務活動最重要的部分，如何建立一套安全完善、便捷快速的物流系統，將是電子商務成功的關鍵因素。

1-3 電子商務的商品種類

■電子商務所販賣的商品可分為**實體商品**、**資訊與媒體商品**與**線上服務**等大三類。

實體商品：

• 在網路上販賣實體化的商品，可以包括使用傳統方式銷售的各種商品，例如：民生用品、電腦與週邊硬體、消費性電子產品、各式玩具、圖書，甚至包括生鮮食品、鮮花.....等等。

販賣玩具的班恩傑尼電子商務網站畫面

資訊與媒體商品：

■最適合在網路上行銷的商品，莫過於數位化商品，例如：電子報、電子書、電子雜誌、論文、研究報告、資料庫檢索、電腦軟體等等。

販賣百科全書數位學習資源的智慧藏百科全書網畫面

線上服務：

- 使用網路提供線上服務的商品，例如：金融服務、股市分析行情、法律諮詢、醫藥查詢、訂票、飯店訂房、餐館訂位、醫院掛號等等。

提供訂票服務的年代售票網畫面

電子商務的補充說明：

- 電子商務已經成為產業界最熱門的議題，跨足電子商務領域，已經成為企業發展的趨勢，可以增進公司的競爭能力。
- 不過，也有人認為網路，尤其是電子商務是個「燒錢」的事業，不斷投資大量的金錢、人力，卻往往不知道何時才能獲利。
- 因此，想要從電子商務中獲利，必須熟悉電子商務的特性，並應用電子商務的特性來進行商務活動。

1-4 電子商務的付款方式

- 電子商務的交易付款方式，是發展電子商務的重要層面之一，也就是所謂的「**金流**」。
- 現行的電子商務活動，通常會提供多種付款方式，包括信用卡付款、ATM轉帳、郵政劃撥付款、銀行匯款付款以及現金付款等方式。
- 雖然信用卡付款是最簡便的方式，不過若沒有建立安全的認證機制，就可能發生盜用信用的危險，這也是許多人上網購物，最多疑慮的地方。

下圖為電子商務的付款方式-轉帳與信用卡付款：



統戰學習顧問

1-5 電子商務的優勢

- 網路的特性
- 電子商務結合資訊與通訊，以從事各項商業活動，造成商業結構產生下列的變化：
- 電子商務的效益

 國立
凱旋
學習顧問
中心

網際網路的特性

- 1. 能提供各種不同網路相互連線的方法
- 2. 可與世界各國不同的群體相互溝通
- 3. 可使不在同一實際網路上的兩個點，進行點對點的連線
- 4. 可提供使用者一致性的服務

電子商務結合資訊與通訊，以從事各項商業活動，造成商業結構產生下列的變化：

 亂世學習顧問

電子商務的效益

- 1. 全天化24小時電子行銷。
- 2. 可以提供即時互動性之個人化行銷。
- 3. 進入市場的成本低廉。
- 4. 可以全球化散佈。

- 在內部經營上，透過電子商務應用，可提供下列價值性的服務：
 - 1. 作業與流程管理
 - 2. 個別化產品與服務
 - 3. 商品供應鏈管理

 藝戰學習顧問

1-6 現行的行銷模式

- 電子廣告信件
- FACEBOOK推廣
- LINE推廣
- IG推廣
- GOOGLE關鍵字推廣
- 直播平台



創業理由

• 比較自由，不用看老闆臉色
 • 一時找不到就業工作
 • 繼承家族事業
 • 希望自己掌握所有收支



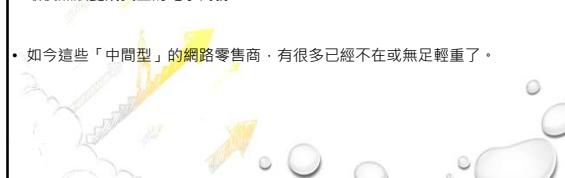
創業規模

• 獨立SOHO或是個人工作室
 • 公司團隊



自建網路商務系統缺點

• 太多網路公司努力克服消費者的信賴門檻
 • 擔心消費者不敢在網路上付款，改採送貨到府並收款的模式一開始雖然很成功，但也因為沒有完整解決消費者在網路上的交易流程，最後無法變成真正的電子商務。
 • 如今這些「中間型」的網路零售商，有很多已經不在或無足輕重了。



電子商店的規劃與經營

- 電子商店是一種在網路上銷售商品的網站
- 依據電子商店的型態與特性可分為
 - 1. 專賣店: 販賣單一種類的商品(由單一公司經營)
 - 2. 單店: 販賣自家產品或代理產品(由單一公司經營)
 - 3. 購物商城: 販賣商品種類多樣化(由數家商店所組成)

費用一欄表						
電子商店 比較項目	Yahoo 奇摩 購物通 (超級商城)	PC home 商店街	樂天市場	eBay stores		
商店開辦費 (一次性費用)	\$15,000 [~]	\$36,000 [~]	\$15,000 [~]	免費 [~]		
平臺系統 使用費 [~]	\$36,000 [~] (每年)	\$10,000 [~] (每年)	\$36,000 [~] (每年)	US\$ [~] 15.95 [~]	US\$ [~] 49.95 [~]	US\$ [~] 299.95 [~]
商品上架 數量限制 [~]	5,000 件 [~]	無限制 [~]	2,000 件 [~]	50 件 [~]	250 件 [~]	250 件 [~] 以上 [~]
商品上架費 (每年)	免費 [~]	免費 [~]	免費 [~]	免費 [~]		
成交抽成 比例 [~]	2.5%或5.0% [~]	2.0% [~]	5.0% [~]	每件 US\$ [~] 0.25 [~]	每件 US\$ [~] 0.05 [~]	每件 US\$ [~] 0.03 [~]

問
問

電子商店的規劃與經營-電子商店流程

- 1.線上申請**
直接透過網路提出架設電子商店之申請
- 2.資格審核**
購物中心業者審核電子商店架設的電子資料
- 3.簽訂合約並繳開店費用**
通過資格審核後，進行合約簽訂及繳交開店費用之流程
- 4.系統開通**
簽約完成後，購物中心業者會開放店家系統的使用權
- 5.商品上架**
將欲販售的商品上架，並佈置商店外觀
- 6.開店通知**
購物中心業者確認商品上架後，會寄開店通知給商家
- 7.電子商店開張**

電子商務的類型與商業模式-B2C

電子商務的基本概念

網路拍賣實務

網路拍賣實務-網拍的特性

- 以買家角度，網路拍賣有以下特性。
 - 選擇多元化：
買家可以輸入商品關鍵字搜尋相關產品資訊。
 - 價格透明化：
可以網頁中輕易獲悉商品價格，方便比價。
 - 購物便利化：
不受時空限制，只要能上網就可以參與競標。

網路拍賣實務-網拍的特性

- 以賣家角度，網路拍賣有以下特性。
 - 1.開店成本降低：
利用網路拍賣平台開店可節省店租及聘用人員等成本。
 - 2.銷售對象擴大：
可傳統商務活動對象大多為本地端客群，透過網路可涵蓋全球客戶。
 - 3.不受時間影響：
可24小時全年無休提供最新商品銷售。

• 在華文網站中目前有提供拍賣服務有

- 1.YAHOO拍賣網站:
- 2.露天拍賣網站:

電子商務的類型與商業模式-C2C

- YAHOO拍賣是一個屬於C2C電子商務模式的網站
- 其他類似網站
 - 1.EBAY
 - 2.露天拍賣
 - 3.樂多拍賣

勝出關鍵

● 現在，你所要做的工作和實體零售商一樣，你要找到一種商品領域，並且想出一種可以感動消費者的服務概念。

- 不要擔心「微型創業」本身門檻也低，容易被模仿，當你找到模式，找到市場的驗證，那也就是你可以找到投資來擴大它的時候。
- 進口商合作
- 切小再做大 - 你可以把領域畫得很窄很小，才在其中做得很全很精
- 特殊價值
- 獨特觀點及堅持
- 超出你能力的事業構想就不是好點子(天使資金)
- 想出你要提供網友什麼服務
- 建立顧客群

成功案例

東京著衣

關於我 評價 FACEBOOK 紮根系統

BRANDS TOKYO FASHION 100% 日本製 MAYUKI 紗音服飾 TOKYO FASHION 100% 日本製 YOCO 純粹浪漫

- 2004年，當時就讀大三、年僅21歲的Mayuki
- (現任「東京著衣」品牌總監周品均)
- 因為希望能將自己覺得既漂亮又划算的超值女裝，以及個人對服飾穿搭的獨特品味，分享給同樣喜歡購物的愛美女性，讓大家能用平價實惠的價格買到喜歡的商品，並以不同單品搭配出風格多變的完美造型，因此，Mayuki決定以「東京著衣」為名，正式成立女裝服飾品牌。

優質美工設計

SHORTS *Fashion New Collection* & BLOUSES

春季 · 百搭襯衫 · 流行單品

優質的美編設計可以吸引消費者目光

與客戶的互動可以建立良好的信任感

2007年5月，「東京著衣」首度進駐中國最大拍賣網站「淘寶網」，短短56天累積正面評價超過一萬分，成為淘寶網有史以來，最短時間內，即登上萬分賣座的超級賣家，也是該年度淘寶網女裝銷售的成長冠軍，更以浪漫甜美的「東京旋風」襲捲大陸網拍界，成為廣大網友熱烈討論的話題！

習題問

東京著衣-經營特色

- 品牌多元**：現有「東京著衣」、「MAYUKI」、「YOCO」三大品牌。
- 快速流行**：週週百款新品上市，掌握最新流行。
- 堅持現貨**：80%網路買家於付款後7天內可收到商品。
- 平價奢華**：平均每10秒售出一件衣服，一年銷售300萬件以上商品。
- 創新服務**：提供0800免付費客服專線、3種付款方式、3種寄運服務。
- 虛實整合**：除官方購物網外，另橫跨台灣及中國10大網購平台以及3大實體通路。
- 揚名國際**：海外買家遍佈全球，國際訂單超過25國。

**獨特觀點
及堅持**

東京著衣- YAHOO關鍵字廣告

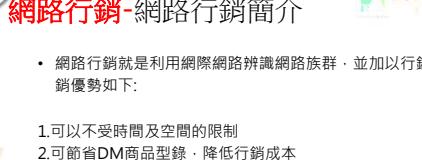
東京著衣- GOOGLE關鍵字廣告

網路行銷-站在網路世界的十字路口

- 隨著上網人數不斷增加，上網購物已成為新興的行銷模式。所以我們已經無法忽視！
- 網路行銷簡介
- 網路行銷策略
- 網路行銷EC2.0
- 網路廣告

The image is a composite of two visual elements. On the left, a woman in a strapless, multi-colored dress is the central figure on a 'COSMOPOLITAN' magazine cover. The text '挑逗熱情' (Tease and Passion) is overlaid in red. On the right, a separate advertisement for 'ishowart.com' features a woman in a white dress with the text '買家喜歡的油畫作品 www.ishowart.com/' and '27位你應該但是不知道的藝術工作者'. A large red arrow points from the 'ishowart' text on the right towards the '挑逗熱情' text on the left, suggesting a connection or comparison between the two.

關鍵字廣告優化公式	
<u>挑逗熱情</u> www.ishowart.com/	<u>挑逗熱情</u> www.ishowart.com/
6分鐘鍛鍊平坦性感小腹	逆境中超越自我
關鍵字廣告 例: “健身” “減肥”	



網路行銷-網路行銷簡介

- 網路行銷就是利用網際網路辨識網路族群，並加以行銷。網路行銷優勢如下：
 - 1.可以不受時間及空間的限制
 - 2.可節省DM商品型錄，降低行銷成本
 - 3.可建立多元行銷模式
 - 4.可公告或更新商品資訊

網路行銷-種類

- 企業在進行行銷時，不會只使用一種方式，我們就常用的行銷方式分別說明如下：
- 1.E-MAIL行銷
- 2.網路廣告行銷
- 3.搜尋引擎行銷
- 4.關鍵字廣告
- 5.資料庫行銷
- 6.行動商務行銷
- 7.病毒式行銷
- 8.聯盟網站行銷

網路行銷-種類-E-mail行銷

- E-MAIL行銷是指透過E-MAIL便宜、快速一次傳給眾多消費者。

- 資料庫行銷廣告是企業建立消費者資料庫，分析並區分消費族群，進一步推出消費者需要的商品。(東森得意購)

網路行銷-種類-行動商務行銷

網路行銷-種類-病毒式行銷

• 病毒式行銷(VIRAL MARKETING)是一種特別的行銷方法，透過用戶的口碑進行宣傳，以極低的成本把資訊像病毒一樣傳向數以千計、數以百萬計的受眾。

網路行銷-種類-聯盟網站行銷

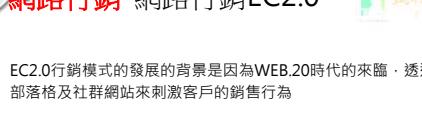
• 聯盟網站行銷是指由許多高知名度相互結盟，藉此提高廣告曝光效果。

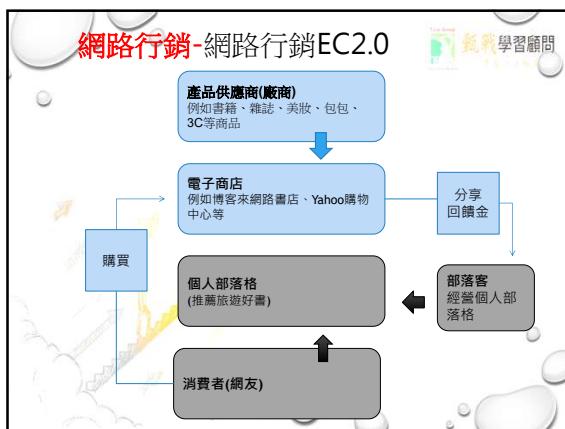
網路行銷-網路行銷策略

• 要發揮網路功效就必須了解消費者行為，並分析規劃出適合企業的行銷策略。

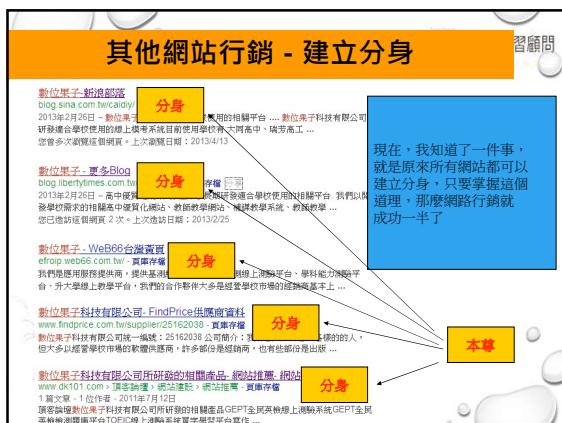
網路行銷-網路行銷EC2.0

• EC2.0行銷模式的發展的背景是因為WEB.2.0時代的來臨，透過部落格及社群網站來刺激客戶的銷售行為





部落格行銷



網路行銷-網路廣告





















2.商家-14 版面管理-首頁內容設定

Category	Content	Status
商品	新登場的天堂	正常
商品	新鮮上市的禮品	正常
促銷品	活動促銷	正常
促銷品	可以自己修改的促銷品	正常
促銷品	新鮮上市的禮品	正常
小編商品	深本色小禮物禮品店首頁內容	正常

2.商家-15 版面管理-文章管理

2.商家-15 版面管理-文章管理

