

## 第14章

# 線上購物商店的規劃、架設與管理

## 14-1 線上購物商店的規劃

### 一、線上購物商店的規劃流程

規劃流程	說明
1. 設定營運目標	<p>須衡量現實狀況，訂定有可能達成或明確可行的方案。營運目標可分為：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 短程目標：1年內要達成的目標</li> <li>• 中程目標：3~5年內要達成的目標</li> <li>• 長程目標：5年以上要達成的目標</li> </ul>
2. 評估市場環境	評估與市場相關的各項因素，包括市場規模、產值、產業概況、發展趨勢、競爭者的家數與商品特色等
3. 評估自身具備的能力與資源	『有多少能力，做多少事』是經營商業成功的重要原則，在開店之前必須衡量自己所具備的能力與資源
4. 選擇目標顧客群	先選定好 <b>目標客群</b> ，再針對該客群的特性，包括年齡、性別、職業、所得等投其所好，販售符合目標客群需求的商品
5. 規劃網站服務的項目與內容	規劃完善的網站功能與服務，讓顧客成為忠實會員經常消費
6. 選擇線上購物商店的架設方式	<p>線上購物商店架設方法有以下3種：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 自行架設</li> <li>• 利用線上開店平台架設</li> <li>• 在第三方電子商務平台開設</li> </ul>
7. 評估整體效益	須評估開設線上購物商店需投入的各項成本，並預估未來可以獲得的收益

- 目標管理－SMART原則：目標須**具體**（Specific）、目標須**可衡量**其質量（Measurable）、目標須**可達成**（Attainable）、每個目標須具有**關聯性**（Relevant）、每個目標須設定要達成的**期限**（Time-bound）。





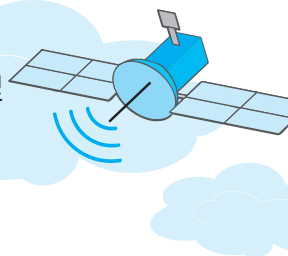
## 二、商店的網站設計與行銷考量 111

1. 網站架構及商品瀏覽動線：須安排流暢的商品瀏覽動線，協助顧客快速地找到所需要的商品。
2. 商品促銷活動：適時推出限時促銷活動提升買氣，可刺激顧客立即結帳購買。
3. 顧客資料保存及利用：透過蒐集整理顧客資料，來分析出消費者可能的需求，然後針對不同的顧客提供不同的服務、投放不同的行銷資訊。
4. 瞭解市場趨勢：透過Google Trend可查詢關鍵字的搜尋熱度，進而分析出品牌最大競爭對手及市場趨勢等資訊，有助於行銷方案的規劃。
5. **增加商店曝光度**：增加線上購物商店的曝光度，才能提升商品被潛在顧客看見的機會。以下是增加商店曝光度的網路行銷方法：

常見的網路行銷方法	說明
購買關鍵字廣告	向入口網站業者（如Google Ads）購買關鍵字廣告，當顧客在該網站輸入關鍵字搜尋時，搜尋結果頁面的最上方就會出現購買關鍵字廣告的店家網站資訊
搜尋引擎優化（SEO）	搜尋引擎優化（Search Engine Optimization）是一種瞭解搜尋引擎的運作規則，調整網站的內容來符合搜尋引擎排名規則，以提高商品在搜尋結果的排名順序
購買網頁廣告	在入口網站或較知名的網頁、部落格中張貼廣告，常見的有網頁上端會出現的橫幅廣告、開啟網頁彈出式的廣告等
社群網站轉貼分享與討論	在社群網站（如Instagram、Facebook等）中，發布與商品有關的訊息，透過網友轉貼分享與討論，為商品帶來宣傳效果
病毒式行銷	一種利用網路媒體（如社群網站、影音分享平台）將行銷內容包裝成可吸引人的話題，使網友一個傳一個，就像是病毒感染的方式來進行行銷
社群網站的企業群組	有些社群網站可建立企業群組（如LINE官方帳號、FB粉絲專頁），可將訊息（如最新活動訊息、最新優惠等）傳送給已加入的粉絲，以達到宣傳效果
電子郵件行銷	透過E-mail來傳送廣告訊息及連結，以達到宣傳效果
KOL行銷	透過在網路上特別有號召力或影響力的人－ <b>關鍵意見領袖</b> （Key Opinion Leader）來宣傳，以達到行銷效果，常見的KOL行銷方式就是利用關鍵意見領袖的 <b>業配文</b> 來推廣商品

6. 一鍵登入：顧客不須花費時間在註冊成為會員，而是直接以現有的帳號（如Facebook、Google等）登入購物，可提升顧客消費意願。





## 14-2 線上購物商店的架設

### 一、線上購物商店的開設流程

開設流程	說明
1. 申請開店	線上購物商店（拍賣網站）申請開店註冊流程： <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 填寫個人資料</li> <li>(2) 認證電子信箱</li> <li>(3) 認證手機號碼</li> <li>(4) 閱讀並同意拍賣網站使用規範</li> <li>(5) 成為拍賣網站會員</li> </ol>
2. 設定賣場資訊	設定賣場名稱、招牌、外觀及簡介等資訊
3. 設定收款及商品配送方式	常見的收款及商品配送方式： <ul style="list-style-type: none"> <li>• 信用卡付款</li> <li>• ATM轉帳</li> <li>• 貨到付款</li> <li>• 超商 / 店到店取貨付款</li> <li>• 面交取貨付款</li> </ul>
4. 設定運費計算方式	常見的運費計算規則（以運費60元說明）： <ul style="list-style-type: none"> <li>• 依件數計算：例如訂單共有5件商品，該筆訂單的總運費為 <math>60 \times 5 = 300</math> 元。</li> <li>• 固定運費：例如購買1件商品運費為60元，2件以上商品運費也是60元</li> <li>• 增量加收運費：例如購買5件商品運費為60元，每增加一件商品加收運費20元，若購買8件商品的總運費為120元</li> </ul>
5. 商品上架	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 將要販售的商品資訊（如商品名稱、類別、價格、數量、圖片等）刊登上網</li> <li>• 規模較大、商品種類較多的賣家，可使用平台所提供的模板，將商品資訊批次上傳</li> </ul>

- a. 賣家在註冊電商帳號時，大多需要通過電子郵件及手機號碼的認證，為了使買賣雙方更安心，有些電商平台會透過身分證（實名認證）及銀行帳戶認證（金融認證），來加強交易的安全。
- b. 商品上架時應遵守「商品標題應精準明確」、「商品描述詳細清楚」、「商品類別正確精準」及「價格合理」等原則。



## 得分區塊練

- ( ) 1. 下列何者不是拍賣網站上，常見的收款及商品配送方式？  
(A)信用卡付款 (B)郵局取貨付款  
(C)超商取貨付款 (D)貨到付款。
- ( ) 2. 下列何者不是電商平台在上架商品時應遵守的原則？  
(A)商品標題應精準明確  
(B)商品描述詳細清楚  
(C)商品類別正確精準  
(D)提高價錢以便買家殺價。

## 14-3 線上購物商店平台管理

113

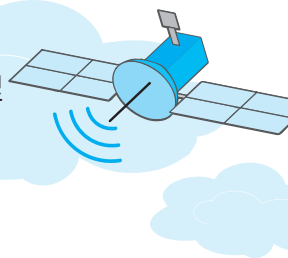
### 一、商品管理

1. 商品資訊的修改：商品上架後，若想要再次修改商品資訊時，賣家可在商品管理頁面，點選「修改商品」以修改商品資訊。



2. 商品的上架與下架：賣場內正在銷售的商品其狀態為「架上商品 / 上架中」，若因缺貨或其他因素而須將商品暫停販售，則可將商品狀態設定為「未上架 / 下架」或直接移除該商品，使顧客暫時無法進行購買。
3. 商品的競標狀態：商品結束競標後，平台就會將該商品在賣場中的資訊顯示為「**競標已結束**」，並以**開價最高**的競購者得標。





## 二、訂單管理

1. 訂單的搜尋與篩選：當賣家要處理大量訂單時，善用**搜尋**或**篩選**的功能，可快速找到需要處理的訂單。
2. 查看訂單明細：賣家可透過平台提供的「查看訂單明細」功能，檢視較詳細的訂單內容。常見的訂單內容有訂單資訊、付款資訊、運送資訊、發票資訊、購買明細等。
3. 訂單的取消：當顧客要放棄購買（棄標）或商品缺貨時，賣家可將訂單取消。取消訂單時，通常平台會要求賣家填寫取消的原因。

## 三、出貨管理

1. 商品的出貨：當商品出貨後，賣家可在該筆訂單明細中隨時查看商品的配送進度。
2. 常見的賣家出貨流程：

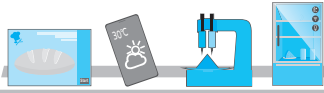


3. 貨款的提領：買家付款完成後，平台會將款項撥款至賣家在拍賣平台的虛擬帳戶中，賣家可將款項從此虛擬帳戶轉至自己的銀行帳戶中。

## 四、顧客服務管理

1. 回覆顧客的留言：拍賣平台通常提供有讓買賣雙方可進行溝通的問答功能，常見的有針對商品的「問與答」、一對一互動的即時問答等。
2. 獲得及給予評價：買賣雙方依據交易過程的**滿意度**來給予對方評價。
3. 編輯黑名單：賣家可將時常惡意棄標等不良記錄的顧客加入黑名單中，以防止這些顧客來到自己的賣場出價競標或購買商品。





# 滿分晉級



## 情境素養題

▲ 閱讀下文，回答第1至2題：

偉琪與朋友想合資開設線上購物商店，他們打算代購日本、泰國等國家的限量商品，以賺取價差，他們評估許多開設線上網路商店的方式，最終選擇不需建立網站，直接上架商品就可營運的開店方式。

- ( ) 1. 根據上述情境，偉琪最有可能使用下列哪一種方式開店？
- (A)租實體店面來開設商店  
(B)自建型電子商務平台  
(C)利用網路開店平台來開設商店  
(D)建立依附在第三方電子商務平台的商店。 [14-1]
- ( ) 2. 偉琪的線上銷售平台銷售額不如預期，下列哪一種作法無法提高商品曝光度及銷售額？
- (A)將惡意棄標的顧客加入黑名單  
(B)購買網頁廣告  
(C)舉辦限時限量促銷活動  
(D)透過關鍵意見領袖的「業配文」來推廣商品。 [14-3]

## 精選試題

- $\frac{14-1}{\surd}$  ( ) 1. 下列何者不是目標管理 – SMART原則之一？
- (A)目標須無期限 (B)目標須具體  
(C)目標須可達成 (D)每個目標須具有關聯性。
- ( ) 2. 下列何者不是線上購物商店利用網路行銷增加曝光度的常見方式？
- (A)搜尋引擎優化 (SEO)  
(B)社群網站轉貼分享與討論  
(C)發實體傳單  
(D)購買關鍵字廣告。
- $\frac{14-2}{\surd}$  ( ) 3. 下列何者不是國內常見的線上購物商店的運費計算方式？
- (A)依商品件數分別計算 (B)依賣家偏好自訂運費  
(C)增量加收運費 (D)固定運費。
- $\frac{14-3}{\surd}$  ( ) 4. 下列有關賣家在線上平台購物的管理功能之敘述，何者錯誤？
- (A)賣家可評價買家  
(B)賣家可將商品下架  
(C)賣家可將有不良紀錄的買家設為黑名單  
(D)賣家無法取消訂單。





- ( ) 5. 下列有關買家在線上購物平台購買商品的敘述，何者錯誤？
- (A)買家可透過問答功能向賣家詢問有關商品的問題
  - (B)買家無法購買已下架的商品
  - (C)買家通常可以選擇將商品宅配到府
  - (D)買家無法依據交易過程的滿意度來給予賣家評價。

### 統測試題

- ( ) 1. 小喬經營「喬喬衣著」電商平台，若想要增加平台的曝光度，則可使用下列哪些網路行銷方式？
- ①購買網頁廣告
  - ②關鍵字廣告
  - ③搜尋引擎優化 (Search Engine Optimization)
  - ④區塊鏈最佳化 (Block Chain Optimization)
- (A)①②③ (B)①②④ (C)僅①② (D)僅③④。 [111商管群]
- ( ) 2. 有關線上購物商店管理的敘述，下列何者錯誤？
- (A)有些線上購物商店提供商品搜尋或篩選功能供選用
  - (B)開設線上購物商店一般是屬於B2C、C2C的商業模式
  - (C)線上購物商店須提供商品上架與下架功能，同時訂單也能設定此功能
  - (D)為提升顧客服務品質，一些購物平台提供賣家設定自動回覆常見問題。 [113商管群]



# NOTE

A large light blue rectangular area containing 18 horizontal dashed lines for writing notes.

