[第1章 背景與動機 3](#_Toc40533081)

[1-1 簡介 3](#_Toc40533082)

[1-2 問題與機會 4](#_Toc40533083)

[1-3 相關系統探討 5](#_Toc40533084)

[第2章 系統目標與預期成果 6](#_Toc40533085)

[2-1 系統目標 6](#_Toc40533086)

[2-2 預期成果 7](#_Toc40533087)

[第3章 系統規格 8](#_Toc40533088)

[3-1 系統架構 8](#_Toc40533089)

[3-2 系統軟、硬體需求與技術平台 9](#_Toc40533090)

[表 3-2-1 伺服器端規格表 9](#_Toc40533091)

[表 3-2-2 網站後端規格 9](#_Toc40533092)

[表 3-2-3 系統硬體需求 9](#_Toc40533093)

[3-3 開發標準與使用工具 9](#_Toc40533094)

[第4章 專案時程與組織分工 10](#_Toc40533095)

[4-1專案時程 10](#_Toc40533096)

[4-2專案組織與分工 11](#_Toc40533097)

[第5章 需求模型 12](#_Toc40533098)

[5-1 使用者需求 12](#_Toc40533099)

[5-2 使用個案圖 13](#_Toc40533100)

[5-3 使用個案描述:活動圖(Activity diagram) 14](#_Toc40533101)

[5-4 分析類別圖 15](#_Toc40533102)

[第6章 設計模型 16](#_Toc40533103)

[6-1 循序圖 16](#_Toc40533104)

[6-2 設計類別圖 17](#_Toc40533105)

第1章 背景與動機

1-1 簡介

資訊時代  
從19年代網際網路出現到現在20年代已成熟發展並廣為應用，企業內部及企業間均透過資訊科技搭配網際網路達到有效溝通、資訊傳遞，並維持友好緊密的關係，甚至部分企業藉此取得競爭優勢。在資訊時代，無法利用資訊科技達到即時的溝通、有效的傳遞資訊的企業將會逐漸消失。

行動商務的普及  
隨著科技技術的提升，行動裝置的擁有成本降低，使企業組織在其商業模式（Business model）導入行動裝置，增加獲利能力及提升營運效率。以保險業為例，在過去，保險業務員需要與客戶推銷保險，需要先在公司印製很多的紙本文件，之後在攜帶這些紙本文件和客戶見面，若遺漏攜帶部分重要文件，就無法及時完成業務，延長整個業務流程的時間；在現在，保險業務員只需要攜帶一部平板電腦就可以與客戶見面，沒有遺漏紙本文件問題，更有效率的完成業務，並藉由資訊科技讓審核業務的時間縮短。使用行動裝置搭配網際網路來從事商業活動，已是現在的趨勢。

社群平台溝通  
現今企業能藉由行動裝置與網際網路使用社群平台，在企業內或企業間，都達到雙向的溝通和溝通紀錄的儲存。企業應用社群平台，可以維持與廠商的緊密關係，也可以提升顧客的親密度。

1-2 問題與機會

問題一、中小企業無足夠經費開發能整合關係企業的社群管理平台

情況：  
中小企業目前因規模較小，開發社群平台的經費過高再加上後續有維護成本，因此需要有一個免費的社群平台，並具備整合關係企業的功能。

機會：  
BeMet完全免費符合中小企業需求，還可以針對每個好友用戶皆能進行分別的客製化備註。

問題二、中小企業的名片印製成本及名片的儲存不易

情況：  
中小企業對於交換個人公司的資料，常採用遞送、交換名片的方式，然而名片是有形紙本消耗品，有需定期補充的印刷成本及較難保存的特性。

機會：  
BeMet在註冊用戶時所填寫的資料就是名片資訊，在使用藍牙互相確認好友後，用戶資料（名片資訊）互相交換，且以電子形式儲存在手機，方便保存。

1-3 相關系統探討

本組經網路資料，討論及分析中小企業常使用到的社群管理平台「facebook」與「LINE」的APP和網站，進一步探討本專題與上述兩平台之差別，「facebook for Business」提供企業管理平台工具讓企業管理粉絲（顧客）專頁，新增外部合作夥伴功能，來管理顧客及關係企業；「LINE for Business」提供LINE@協助拉近企業與顧客的距離讓企業融入用戶生活成為貼心好友。

相較於上述兩平台，本專題的優勢在於能透過藍芽功能輕鬆、快速加入好友並提供客製化的備註，以及最佳距離的通知服務。使用客製化的備註可個別對顧客、合作廠商、供應商分群；若是碰巧相遇或會議前，會根據兩人的最佳距離，推播通知並提醒所編輯的客製化備註，以描繪該名好友的輪廓，增加雙方的親密度。

表 1-3-1 相關平台比較  
o:具備該功能

|  | **BeMet** | **LINE** | **Facebook** |
| --- | --- | --- | --- |
| 平台 | APP | APP | 網頁、APP |
| 通知 | O | O | O |
| 藍芽 | O |  |  |
| 客製化備註 | O |  |  |
| 傳送訊息 | o | O | O |
| 提供分析資料 | O | O | O |
| 供應商人員資料整合 | O |  |  |
| 合作廠商人員資料整合 | O |  | O |
| 顧客廠商人員資料整合 | O | O | O |
| 企業內部人員資料整合 | O |  | O |

第2章 系統目標與預期成果

2-1 系統目標

本專題之系統目標分為:

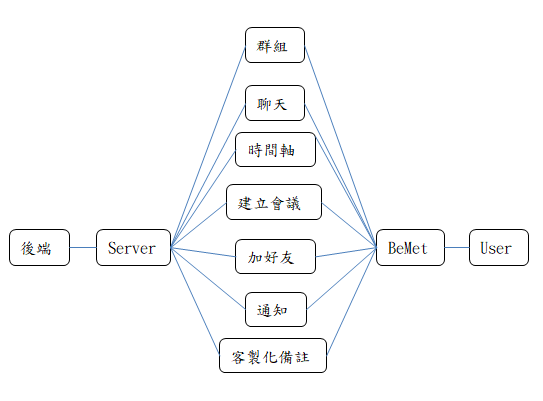
1. 取代傳統名片，減輕企業成本負擔：  
   透過加好友功能會互相交換個人名片資訊取代一般紙本名片，降低印刷成本，且易於保存。
2. 有效整合組織內部人員資料：  
   透過資料庫的公司、公司職位、使用者欄位，在組織內可藉由職位了解公司組織結構，加以比對使用者可了解上下屬之對應關係。
3. 有效區分供應商、合作廠商、顧客人員資料:  
   透過客製化的備註，可了解該名好友身分為供應商或合作廠商，還是顧客。
4. 自由的客製化備註功能：  
   對個別好友都可以設計客製化備註，大幅度增加彈性。
5. 增加供應商、合作廠商、顧客親密度：  
   利用推播客製化備註，讓使用者能在會面前，先了解對象（供應商、合作廠商、顧客）之輪廓，避免做出令對象覺得不舒服的事情，並做出對象感到開心的事情，進而增加與該名對象之親密度。
6. 提供會議相關功能：  
   透過建立會議的功能，讓每次的會議時間點都被記錄，使用者會備註會議上使用的資料，並在會議時可透過藍牙直接傳送資料給每個參與會議的人。

2-2 預期成果

1. 使用者快速增加  
   每當有一次會面，就會有兩個使用者加入，使用者會以幾何級數速度增加，根據網路外部性以及梅特卡夫定律，使用者人數將會越來越多，效益越來越大，吸引力越來越大。
2. 透過分析個別資料擬定策略  
   因提供客製化的備註，使得企業能針對個別對象擬定相關策略，如：某顧客喜歡購買保養品，針對此顧客可提供保養試用品，以增加此顧客忠誠度等。
3. 選擇好的供應商、合作廠商  
   透過分群功能將供應商、合作廠商分類整合，以合作廠商為例，可根據會議紀錄、訊息、客製化備註判斷此合作廠商是否應該要繼續合作，或是停止合作。
4. 找到忠誠顧客  
   可根據會議紀錄、訊息、客製化備註判斷此顧客是否為忠誠顧客，可針對忠誠顧客擬定更多策略。
5. 分析會議效率 透過分析每次的會議紀錄，找出會議最有效率的流程。

第3章 系統規格

3-1 系統架構

[](https://camo.githubusercontent.com/5ef6c9966ebebe9886ece4939a5bec3dad7014f1/68747470733a2f2f692e696d6775722e636f6d2f713235474932672e706e67)

3-2 系統軟、硬體需求與技術平台

表 3-2-1 伺服器端規格表

|  |  |
| --- | --- |
| 伺服器端規格表 | |
| 程式語言 | Java |
| 整合式開發環境(IDE) | IntelliJ IDEA |
| 開發環境 | Window Sever2012 R2 |
| 框架 | gradle |
| 資料庫工具 | SQL Server |

表 3-2-2 網站後端規格

|  |  |
| --- | --- |
| 網站後端規格 | |
| 整合式開發環境(IDE) | IntelliJ IDEA |
| 框架 | gradle |
| 開發語言 | Java |

表 3-2-3 系統硬體需求

|  |  |
| --- | --- |
| 系統硬體需求 | |
| 作業系統 | android 5 以上 |
| 使用裝置 | 智慧型手機 |
| 無缐傳輸 | 藍芽、Wi-Fi、3G/4G 行動網路 |

3-3 開發標準與使用工具

第4章 專案時程與組織分工

4-1專案時程

4-2專案組織與分工

第5章 需求模型

5-1 使用者需求

5-2 使用個案圖

5-3 使用個案描述:活動圖(Activity diagram)

5-4 分析類別圖

第6章 設計模型

6-1 循序圖

6-2 設計類別圖