1. 4P、電商主要的行銷策略、新零售
   1. 4P : 是一個公司為了開發產品或尋找目標市場時，訂定的行銷策略架構，包含以下4個構面
      1. product : 與目標市場的有關的產品或服務，用以了解其特性與定位
      2. Price : 制定適當的價格以吸引消費者購買商品等定價構思
      3. Promotion : 提供適當的促銷活動，加強對於消費的購買欲望與吸引力等促銷方法
      4. Place : 在正確的地點或管道銷售商品讓產品能夠被看見等將可以產品送到手上的方法
   2. 電商主要行銷策略
      1. 社群行銷 : Facebook、IG等社群平台與人們的生活密不可分，因此經營品牌社群，發布產品資訊，透過直播、抽獎、時事分享等方式，與消費者互動、拉近距離，並讓產品資訊藉由社群網路快速地傳播出去
      2. 付費廣告行銷 : 付費給網路廣告平台，藉由平台的流量和數據分析的能力，以數位內容的方式，包括多媒體平台中的開頭廣告、網頁的數位橫幅等方式，對適合的受眾做精準的數位廣告投放
      3. 個人化行銷 : 藉由收集到的消費者資料，用資料探勘、大數據分析等資訊技術，對消費者進行分群與喜好的篩選，並根據分析的結果精準地推送用戶可能會最有可能喜歡的產品資訊內容
   3. 新零售 : 結合了電商、實體賣場和倉儲物流的零售，透過數據的統整與結合，不受地區、時段、方式的限制，全面掌握消費者的需求，，進行生產與銷售，並優化消費者體驗
2. 整合
   1. 虛實整合 : 整合企業電子商務等數位虛擬服務和實體商店服務成為單一營運模式

🡪 IKEA在2017年推出The IKEA Place的擴增實境 app，讓消費者在家就能透過手機直接模擬家具擺放在家中的情況，增加消費者模擬後即時進行購買的機會，購買後再以宅配或是物流運送的服務送至家中，藉虛實整合的方式成功解決消費者在線上與線下購物的痛點

* 1. O2O整合 : 整合線上與線下的服務，藉由線上行銷及線上購買帶動線下經營和消費

🡪藉由foodpanda的美食外送服務平台，可在網路平台上進行下單後，藉由資訊與網路技術串連店家與消費者，讓餐廳的美食可以藉由線上的購買帶動線下的消費並外送至客戶的手上

* 1. SoLoMo整合 : 對Social（社交）、Local（本地）、及Mobile（行動）三要素整合並同時掌握社交媒體平台、手機互動裝置與地理位置資訊技術的行銷模式和消費服務

🡪 日本的電通的iPhone App「iButterfly」宣傳，消費者透過iPhone鏡頭，結合擴增實境技術在日本各地城市「抓蝴蝶」，和朋友一起分享與蒐集照片，且蝴蝶本身就是優惠券，可和在地商家兌換消費，讓折價券變得活潑，商家宣傳也更有趣，深受消費者喜愛

1. 大量資料分析
   1. 優點 :
      1. 可進行microtargeting 🡪 透過數據分析追蹤整個目標市場，更全面、廣泛地廣泛地分析不同客戶的特性並預測他們的潛在行為，並利用 microtargeting 進行比對測試， 再把適合的內容及廣告推送到適合的人面前
      2. 增強消費者的消費體驗 🡪 運用資料探勘等分析技術，對用戶進行profiling，分析各用戶的使用習慣與喜好，根據分析之結果提供適合該用戶的服務內容
   2. 缺點
      1. 隱私問題 🡪 資料分析的來源是源自於使用者與客戶，包括用戶的使用習慣、興趣、喜好甚至是生理狀態，太過深入的資料分析，可能讓人感到私生活被侵犯，造成使用者的反彈
      2. 增加運算與儲存成本 🡪 資料分析需要更大的空間以儲存資料，更強的計算能力以即時地分析資料，因此所需之相關設備成本便會增加
2. 物聯網
   1. 應用
      1. 智慧交通 : 物聯網將車上感應器能感知到的所有數據都透過網路傳遞給其他的車子或是紅綠燈等基礎建設，以驅動一個效率更好的交通運輸系統，減少塞車的問題與減少交通意外，提升交通的品質
      2. 智慧農業 : 藉由在土地與作物附近架設多個感測器，這些感測器用來收集有關天氣、土壤、作物的數據，藉由物聯網互相交換資料後，自動化執行相關作業或是讓耕作者可以跟感測器所蒐集的資料分析作物情況，以即時調整農法，增加產量，減少資源的浪費
      3. 智慧居家 : 就由互聯網連結家電與居家環境感測器，傳送資料到用戶的行動設備，就由行動設備可以即時查看家中環境狀況或是遠端操作家電，讓日常生活更加便利、讓電器更加節能
   2. 挑戰
      1. 個人面 : 更進一步地蒐集資料意味更侵入到私人生活，以即設備連上網可能會有更多資訊安全上的疑慮，因此不信任物聯網或是對於物聯網的使用習慣尚未被培養
      2. 社會面 : 物聯網設備的各製造商間還沒通用的物聯網標準，使得設備的整合有一定的難度與支援物聯網的相關社會基礎建設能未能普及增加應用上的困難與範圍
      3. 政治面 : 政府對於物聯網的相關政策不明確，或是沒有積極推動物聯網相關的政策和相關規範與整合相關產業
3. IS引進的成敗

🡪 根據Leavitt鑽石模式四構面做分析

* 1. 技術 : 組織所引進的IS與現有軟體平台相容、硬體不支援或是設備太過老舊，導致無法為導入的IS提供良好的運行環境進而導致IS的成效不彰而失敗
  2. 人員 : 員工對於IS使用的相關技能不足，需要付出時間學習的學習成本過高，導致對於IS的使用反感或是覺得工作機會可能會被IS取代，以消極的態度對使用IS或是拒絕使用IS
  3. 組織結構 : 組織的文化相對保守，對於IS不信任，害怕IS的導入會影響現有組織的狀態或是各團體間的利益競爭無法擔心IS的使用會減少其利益或是權力，高階主管不支持IS的導入等組織內部的因素會增加IS導入的困難
  4. 任務 : 現有流程與IS無法互相配合或是IS影響流程的大幅改變現有任務內容，進而影響組織結構等使得組織內部人員反彈等
* 綜合上述IS的導入會影響組織中的四構面與構面之間又會彼此影響，例如 : 當組織分工或決策結構發生改變時，會影響技術的應用採用，因此在IS導入時若未對4構面同時做改變的話，可能會導致IS導入的失敗