

國立二林工商學生學習歷程檔案課程學習成果

學校名稱	國立二林高級工商職業學校
課程類別	<input type="checkbox"/> 部定必修 <input checked="" type="checkbox"/> 校訂必修 <input type="checkbox"/> 校訂選修
課程名稱	專題實作
作品名稱	策略為王
授課教師	陳文揚
作 者	許筑瑄
作品摘要	
<p>本專題主要探討『電子商務平台』的快速發展對於零售業者和市場行銷所產生的影響，不僅僅改變了消費者的購物習慣，還徹底顛覆了傳統零售業者的商業行銷模式。在現代市場當中所利用大數據分析、人工智慧協助及社群媒體互動等功能行銷技術，使企業得以更精準地掌握消費者需求，提供個性化產品與服務。並探討本次選用的電子商務平台在市場中所利用的行銷策略具備的特色與優勢，例如：MOMO 購物以多元化商品及快速物流服務等建立良好的口碑；蝦皮電商則藉由遊戲化行銷和促銷活動提升用戶參與度與購物體驗。本專題以比較不同電子商務平台的行銷策略對於消費者以及零售業者的需求與體驗作為核心。</p>	
課程相關	
<ul style="list-style-type: none">● 本專題成果主要以書面及簡報形式呈現，運用 Word、PTT 和 Canva 等應用軟體，描述本專題探討成果等內容。● 本專題運用商概課程中所學習到的 SWOT 分析 探討本次選用平台在 市場中所面臨的競爭狀況與挑戰，並提出相關結論與建議。● 本專題運用課堂所學的問卷調查了解消費者對於本次專題所選用的行銷平台所具備的需求，並透過文獻探討、及觀察各平台的行銷策略進行分析。	
研究歷程	
<p>「第一階段：前期準備（2024 年 9 月）」</p> <ul style="list-style-type: none">● 我們根據自身興趣與愛好建立明確的研究範圍與方向，並開始針對此目標大量蒐集相關資料。● 我們觀察身邊親友的消費習慣並投票選出三個電子商務平台進行研究探討。	

- 我們透過瀏覽平台的方式了解平台的消費過程與操作上的流暢度進行優點與缺點分析。

第二階段：中期執行（2024 年 10 月至 11 月）

- 我們利用所蒐集到的相關資料進行各平台的行銷策略分析。
- 我們利用問卷調查用戶對於各平台的喜好與需求進行統計。
- 我們將三家不同平台進行 SWTO 分析呈現對照。

第三階段：後期整合（2024 年 12 月）

- 我們針對本次探討進行具體結論與建議。
- 我們利用 Word 將本次探討的相關資料進行歸納，並以文字的方式進行描述。

問題與解決

在製作本次探討過程中，我們面臨了多項挑戰，例如：用戶對於平台各有不同的意見與需求，以及不同電子商務平台間的比較標準難以統一。為了解決這些問題，我們採用了以下幾點方式：首先，通過身邊用戶對於各平台使用需求訂定幾項明確的標準，確保資料來源的集中性與可靠性；其次，制定清晰的比較框架，針對各平台的促銷活動和消費者參與度等指標進行分析，讓我們更了解用戶端的需求以便分析賣方應選用哪一種商務平台進行行銷自身產品。這些策略幫助我們克服困難，成功完成專題研究。

我學到（心得、省思）

本次進行「電子商務平台行銷策略對於消費者與店家的影響」在探討過程中，我不僅運用到了課堂中所學習到的知識，也深刻感受到自己在這個學習旅程中的成長與蛻變。一開始，我對於如何整理大量的數據感到非常困惑，特別是不同平台之間的策略差異讓我無從下手。那時，我真的感到有些沮喪，甚至懷疑自己是否能完成這樣一個看似繁雜的工作。

然而，隨著研究的深入，我開始逐漸明白，成功的行銷策略背後，不僅僅是操作技巧，更是一種深刻理解消費者需求的藝術。在這一過程中，我有些時候會對比自己曾經在使用商務平台的購物經歷，思考自己在面對促銷活動時的反應，這樣的反思讓我對行銷策略有了更真切的體會，也讓我感到自己與研究內容之間有了更多的連結與共鳴。

當我終於整理出明確的比較框架，並能夠用數據來支撐我的觀點時，我的內心

充滿了成就感。這不僅僅是完成一項學術任務，更像是一次自我挑戰的勝利。我開始更加自信地看待問題，並且學會了如何將**理論與實踐結合**，這樣的進步對我而言是無價的。

這次專題讓我意識到，學術研究不僅僅是知識的累積，它還是一個探索與自我成長的過程。當**面對挑戰和不確定性時**，**保持冷靜和耐心**，並從中汲取經驗，才是最重要的。我相信這段經歷會成為我未來職業生涯中一個重要的基石，並激勵我在面對任何挑戰時，都能勇敢地去探索和克服。

成果照片



圖_2 PChome24h 購物之平台特色

- 1. 多元商品選擇
平台涵蓋電子產品、家電、日用品、食品、服飾等多種類別，滿足消費者不同需求。
- 2. 多樣化支付方式
支援信用卡、行動支付、ATM 轉帳、貨到付款等多種支付方式，方便消費者選擇。
- 3. 優惠活動
定期推出折扣、滿額免運、特價商品及會員專屬優惠等促銷活動。



圖_3 MOMO 購物之平台特色

- 1. 多元商品類別
涵蓋美妝保養、家電、3C 產品、服飾、食品等，提供全方位的購物選擇。
- 2. 優惠活動頻繁
定期推出折扣、滿額免運、限時搶購、紅利點數回饋等多種促銷活動。
- 3. 完善售後服務
提供簡單快速的退換貨流程及客服支援，保障消費者權益。
- 4. 行動購物體驗
擁有專屬 App，操作簡便，隨時隨地都能下單。



圖_4 蝦皮(Shopee)之平台特色

- 1. 促銷活動頻繁
定期舉辦大型促銷活動（如雙 11、年中慶等），提供折扣、滿額免運、限時搶購等優惠。
- 2. 蝦幣與折扣券
用戶可透過完成任務、參加活動等獲得蝦幣，用於折抵消費，還有多種優惠券可使用。
- 3. 完善的買家保障
訂單金額在平台保管，確認收到商品後才撥款給賣家，保障交易安全。
- 4. 社群互動功能
支援商品評價、直播帶貨、賣家與買家互動，提升購物體驗。

三家平台的行銷策略