A close-up photograph of a person's hands interacting with a tablet or smartphone screen. The hands are blurred, suggesting movement, and the screen displays a light-colored interface. The background is a warm, out-of-focus yellow and orange.

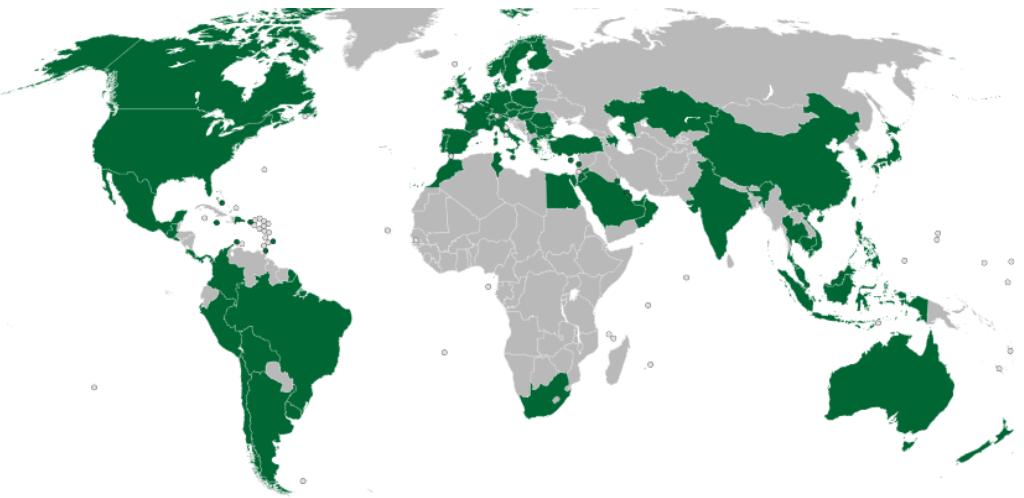
EC: Mechanisms, Platforms, and Tools

Hsiao-Ting Tseng

**Department of Information Management
National Central University**

E-Commerce: Mechanisms, Platforms, and Tools

Starbucks (since 1971) 六大洲的79個國家和地區擁有約31,256間零售店 (May, 2020)



歐亞	阿塞拜疆	土耳其	俄羅斯(暫停商業中)
非洲	埃及	摩洛哥	南非
	突尼西亞		
南美洲	阿根廷	玻利維亞	巴西
	哥倫比亞	智利	秘魯
	烏拉圭		
大洋洲		新西蘭	
	中國大陸	臺灣	香港
	澳門	巴林	柬埔寨
	印度	印度尼西亞	日本
	約旦	科威特	黎巴嫩
	馬來西亞	阿曼	菲律賓
		沙烏地阿拉伯	新加坡
		斯里蘭卡	泰國
	越南	阿聯酋	
亞洲			
	奧地利	比利時	保加利亞
	賽普勒斯	捷克	丹麥
	芬蘭	法國	德國
	希臘	匈牙利	愛爾蘭
	義大利	摩納哥	荷蘭
	挪威	波蘭	葡萄牙
	羅馬尼亞	西班牙	瑞典
	斯洛伐克	瑞士	英國
歐洲			
	阿魯巴	巴哈馬	加拿大
		薩爾瓦多	危地馬拉
	哥斯達黎加	墨西哥	巴拿馬
	波多黎各	美國 (發源地)	
北美洲			

前導案例：

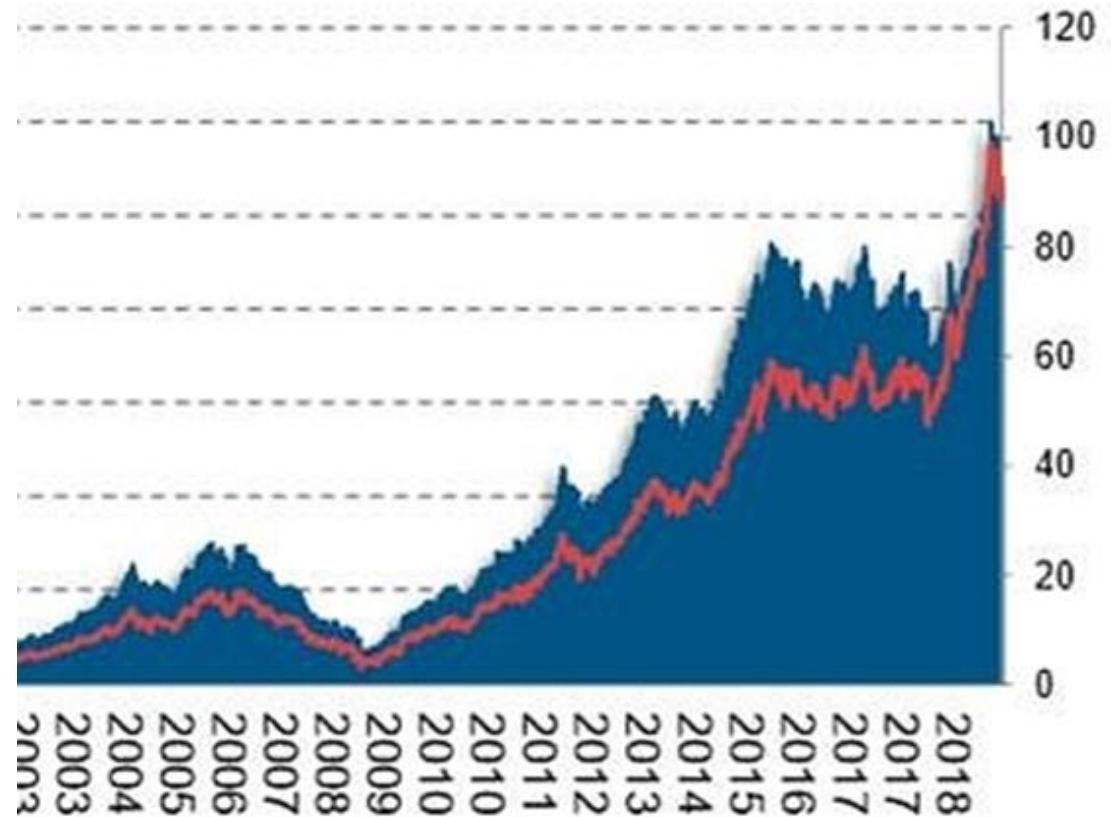
Starbucks的轉型之路

- 星巴克 (since 1971)
 - 世界最大連鎖咖啡店
 - 不是很傳統的咖啡店
 - 對年輕族群有獨特的吸引力
 - 特色-
 - 優質的咖啡與顧客服務
- 轉型契機？



Starbucks的轉型之路

- Starbucks遇到了經營難題
 - 2007年開始的營收驟降...until 2009
- 原因
 - 經濟蕭條
 - 競爭對手增加



<https://www.vzkoo.com/read/c11e73f5e2ce80f6968187de642ee46f.html>

A photograph of a Starbucks barista in a green apron handing a white Starbucks coffee cup to a customer. The barista is smiling. In the background, there are shelves filled with Starbucks products.

互動

數位互動 = 數位化 + 社群化



- 電子商務開始介入Starbucks的營運過程
 - 利用電腦化系統進行和支援業務 (**E化**)
 - 對應措施
 1. 任命**首席數位長** (Chief Digital Officer): 監督數位活動
 2. 創建**數位創投集團** (Digital Venture Group): 實現數位技術

電子商務專案



This screenshot shows the Starbucks mobile app's payment/storage screen. It displays a balance of \$118 (1210 points) updated on 2023/02/21 17:50. Below the balance, there's a section for 'Normal Card' (正常卡). A 'Gift Card Offer' (回饋優惠) is shown, specifically for 'Gold Star Friends Share' (金星好友分享), valid from 2023/02/22 to 2023/02/24, with a deadline of 2023/02/24. The offer is marked as 'Expiring Soon' (即將過期).

This screenshot shows the Starbucks mobile app's home screen. At the top, it says 'Goodnight, Tseng Ting Hsiao' (晚安, 曾筱斑) with a crescent moon icon. There are links for 'Account' (帳戶) and 'Messages' (訊息). The main area features several promotional sections: 'Star Loyalty Program' (星禮程), 'Grade Qualification Points' (等級資格星星數 168★), 'Golden Star Loyalty Points' (金星禮星星數 175★), 'Gift Card Details' (回饋詳情), 'Action Prepoints' (行動預點), 'Latest Gift Card Activities' (最新回饋活動), 'Golden Star New Features' (金星禮新功能), 'Online Exchange and Gift Card Transfer' (線上兌換與回饋轉贈), and 'Online Storage' (線上儲值). The bottom navigation bar includes icons for 'Home' (首頁), 'Follow Card' (隨行卡), 'Action Prepoints' (行動預點), 'Connections' (連結), and 'Door' (門市).

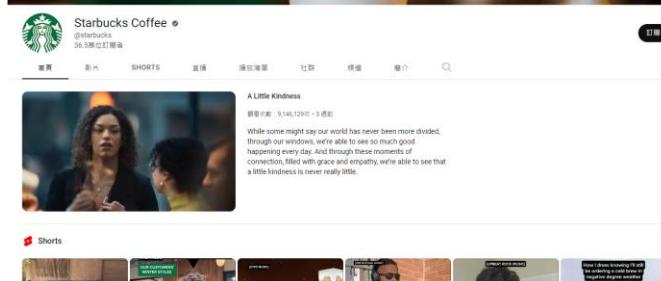
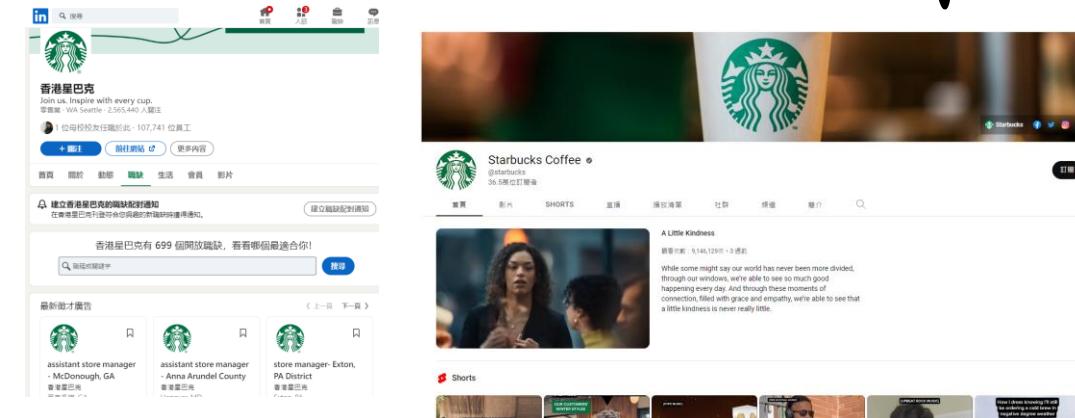
以網路系統支援互動及促進使用者參與社群媒體的重要

↓
消費者行為的改變

↓
社群聆聽 (Social Listening)

↓
社群響應 (Social Responding)

社群媒體專案



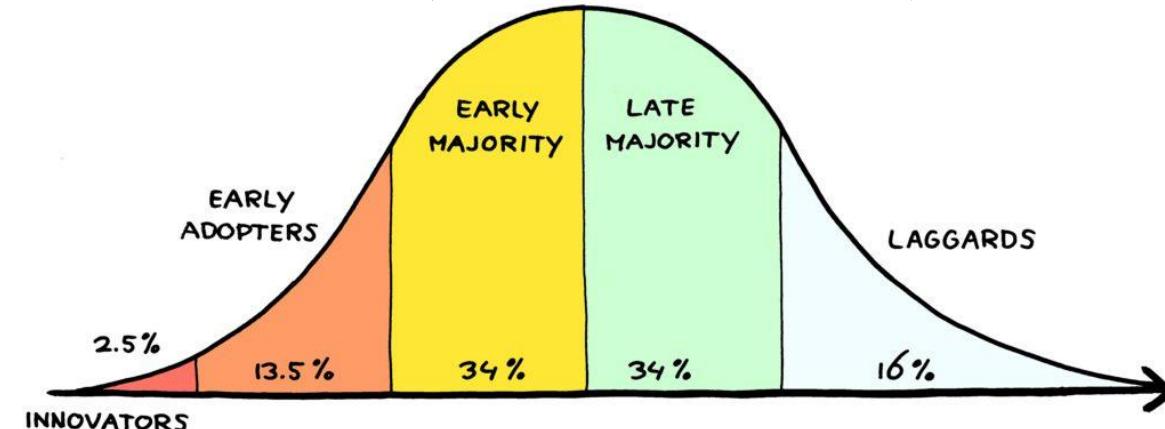
看似風光與順利：

- 與Foursquare的合作：2010宣告失敗

- Foursquare是一個提供使用者定位的社群網站

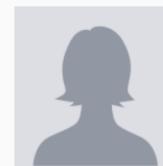
→ 地理位置定位 (geolocation) 的成功應用
Early Adopters ~ 忽視與忽略

願意率先接受和使用創新事物並甘願為之冒風險那些人



周邊的朋友

探索周邊



你的朋友

基隆市 · 1 公里



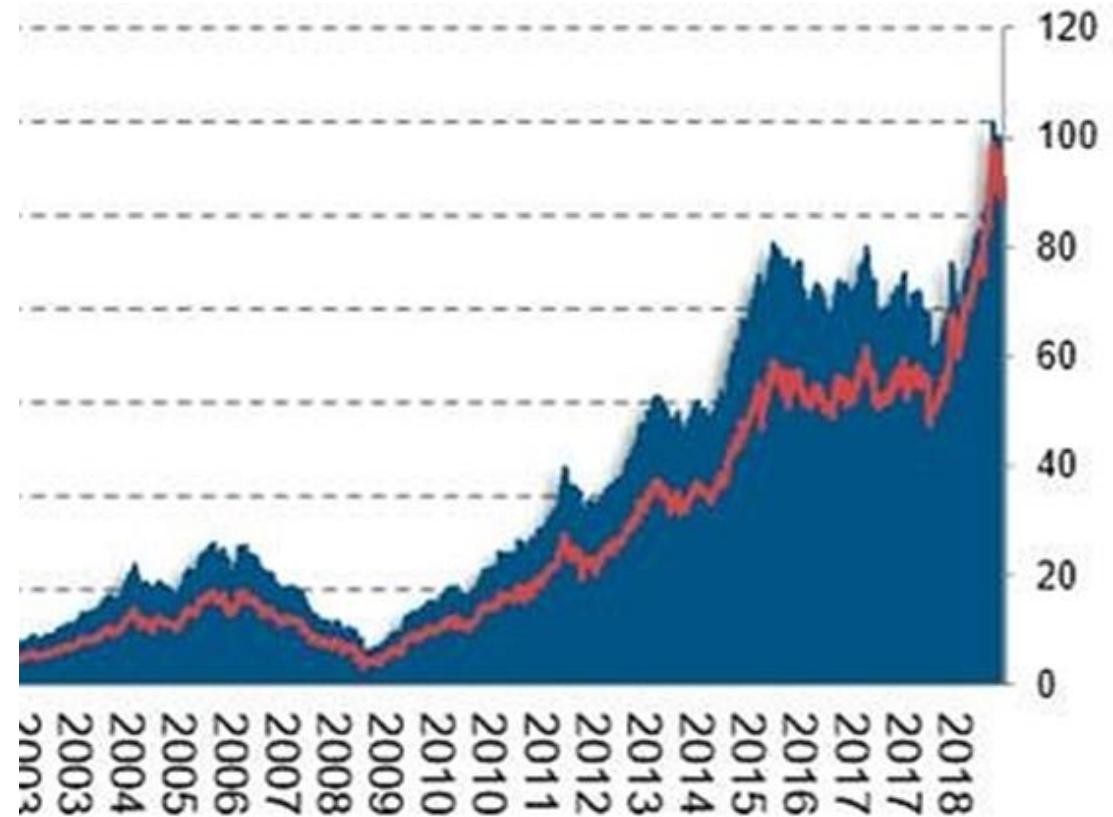
其他朋友

Early Adopters ~ 忽視與忽略

<https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fsi.secda.info%2Fscu05154152%2F%3Fp%3D2033&psig=AOvVaw0pkFQvu334nfNFi7oJlbro&ust=1677061268337000&source=images&cd=vfe&ved=0CBAQjhxqFwoTCOjX5Jqypv0CFQAAAAAdAAAAABAE>

結果咧？

- 數位和實體世界的虛實整合→扭轉銷售趨勢
 - 2010年的營收(14.37億美元)是2009年(5.6億美元)的三倍。
 - 2011年營收為17億美元，因數位與社群的促銷帶來銷售的提升，營收持續增加。



<https://www.vzkoo.com/read/c11e73f5e2ce80f6968187de642ee46f.html>

星巴克的社群商務策略

大成功!!!

- 2012 《Fortune》讚為頂尖社群明星之一
- 社群哲學理念
 - 關係勝於行銷
 - 社群媒體只是數位策略的一部分
 - 清楚知道從何處開始
 - 要有前瞻性
 - 勿忘初衷
- 建立合作團隊
- 推特說了算!
- 強化、情境脈絡、改變、忽略
- 可以冒險，但最好不要搞砸
- 不要浪費經濟衰退



Starbucks •

@Starbucks · 食品及飲料公司

首頁 關於 影片 相片 更多 ▾

關於

查看全部

i To inspire and nurture the human spirit — one person, one cup and one neighborhood at a time.

i Come on in. This space is not so different from your neighborhood Starbucks. It's a place where people from all over come together for conversation an..... 顯示更多

36,238,147人說讚，包括你的93位朋友



35,181,305人在追蹤

855,942人曾在這裡打卡

<http://www.starbucks.com/>

發送訊息

食品與飲料公司



E-Commerce: Mechanisms, Platforms, and Tools

coggle

made for free at coggle.it



<https://coggle.it/diagram/YK9e6bwdFpemhRwk/t/starbucks-change-to-be-a-digital-and-social-enterprise>

2002

Peter Drucker預測

EC將對企業帶來重大影響

2023

Dreams come true!

EC ~ 空氣、陽光、水

電子商務 (Electronic Commerce) - 定義

- 電子商務
 - 廣義- 經營網際網路和其他網路(內部網路)進行採購、出售、運送或交易資料、物品及服務 (Plunkett et al., 2015)。
 - 狹義- 只包含企業夥伴之間買與賣的交易

易與電子化企業 (e-business)造成混淆。

- 電子化企業
 - 廣義- 包含更廣泛的電子商務定義，指的不只是物品的買賣，而是各種線上進行的商業行為，例如：為顧客服務、與企業夥伴合作、數位學習、組織的電子交易。
 - 狹義- 只包含網路買賣以外的活動，例如：協同合作、企業內部活動
 - 狹義時，與狹義的電子商務形成互補

電子商務 (Electronic Commerce) -概念

- 純粹與部分電子商務
 - 可以根據三項主要活動（選購與付款、訂單履行、遞送給顧客）的特質而歸類為純粹 (Pure-) 電子商務或部分(Partial-)電子商務。

表 1.1 電子商務的分類

活動	1	2	3	4	5	6	7	8
選購、付款	P	D	D	D	D	P	P	P
訂單履行	P	D	D	P	P	D	P	D
遞送（運輸）	P	D	P	P	D	D	D	D
電子商務類別	非電子商務				純粹電子商務			
P = 實體 (Physical)	, D = 數位化 (Digital)							

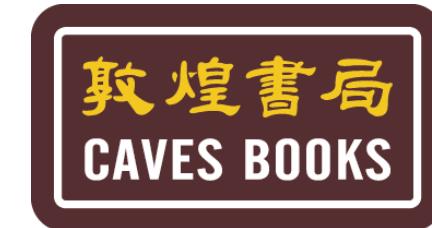


小艇從博客來購買一本電子書，並用Line Pay結帳。

① Start presenting to display the poll results on this slide.

電子商務 (Electronic Commerce) -概念

- 電子商務組織
 - 實體組織 (brick-and-mortar organization)/傳統經濟 (old economy): 純粹是實體的公司
 - 虛擬 (virtual)/純網路(pure-play)組織: 只參與電子商務的公司
 - 虛實整合組織 (click-and-mortar organization/ click-and-brick organization)
 - 通常以EC作為額外的行銷管道
 - 許多實體公司逐漸轉型為虛實整合的公司

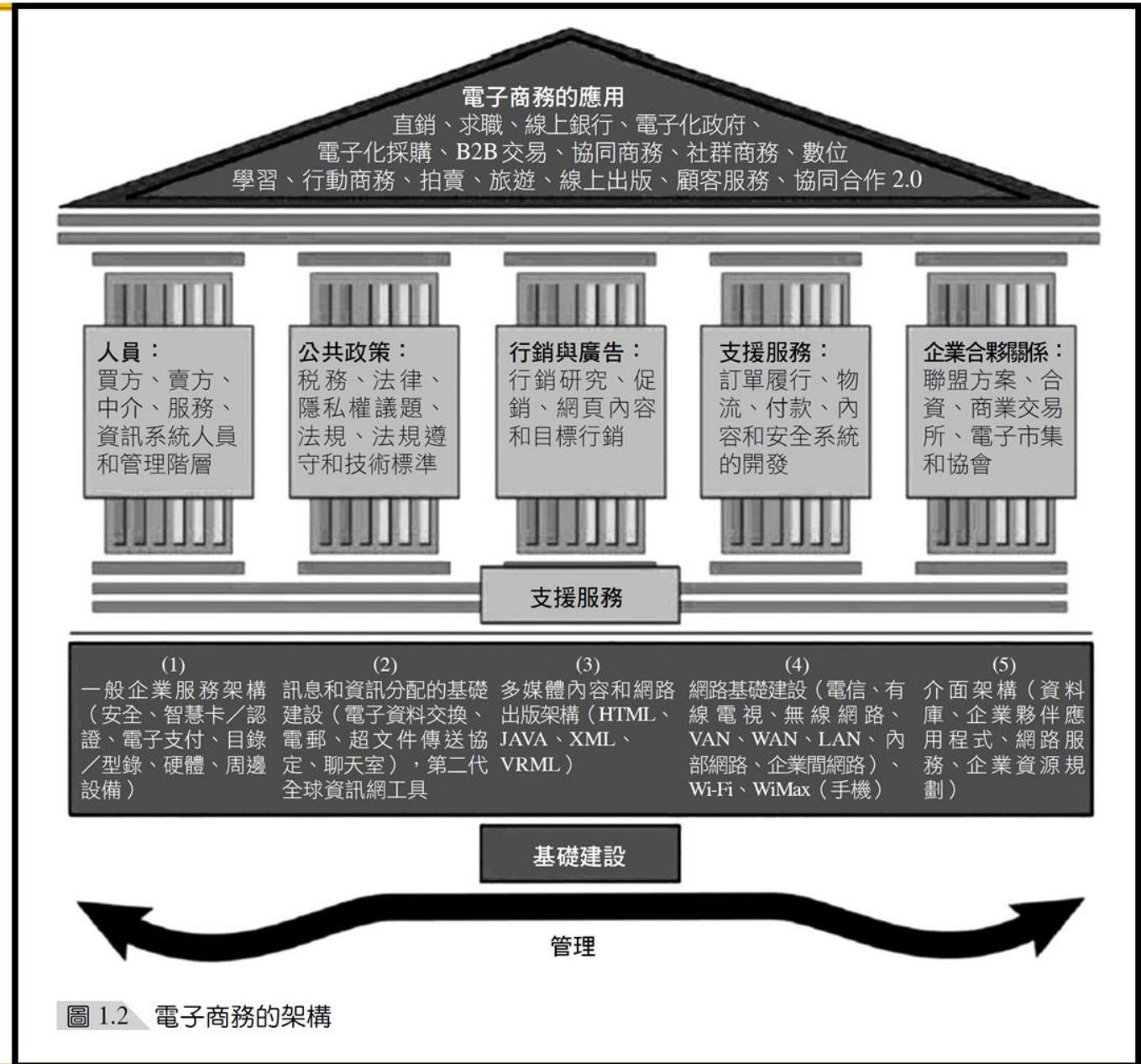


電子市集與網路

- EC可以在電子市集（electronic market、e-marketplace）進行
- 電子市集
 - 買家和賣家進行商業交易的線上地點，包括出售物品、服務或資訊。
 - 任何人都可以開設私有線上市集出售產品或服務
 - 電子市集使用網際網路或組織裡的內部網路與買家或賣家連結

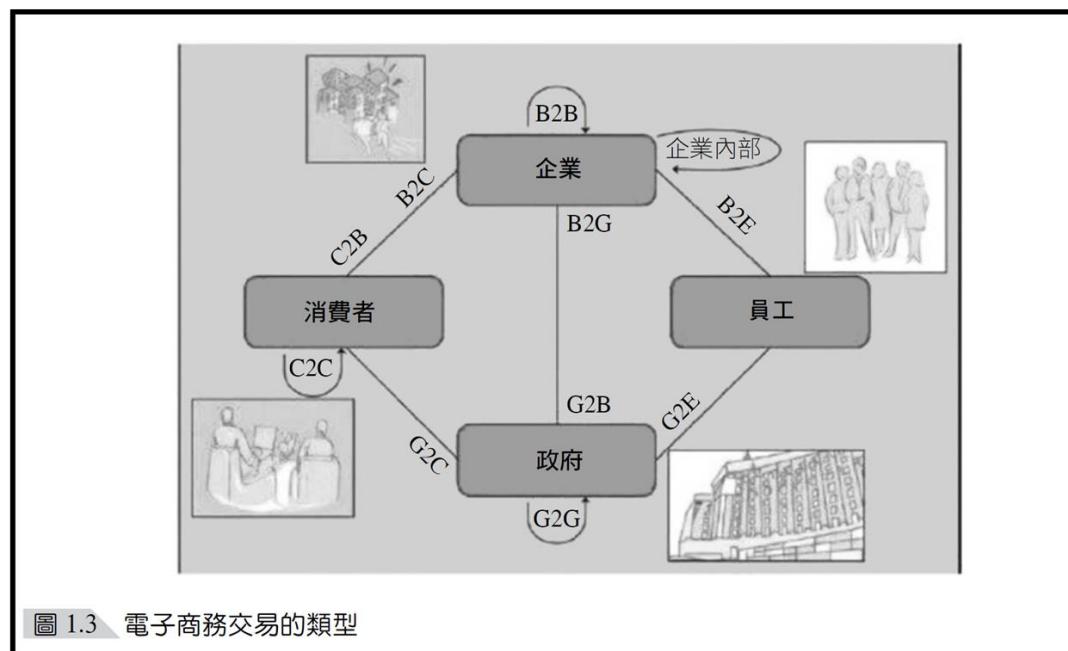
架構

- EC應用是由基礎建設和以下五個方面所支援（圖中以柱子代表）：
- 人員
- 公共政策
- 行銷與廣告
- 支援服務
- 企業合夥關係



電子商務交易的類型

- B2B模式
交易是在企業之間以線上的方式完成
- B2C模式 **電子零售e-tailing**
線上交易是在企業與消費者個人之間完成
- C2B模式 **從用戶需求出發**
個人使用網際網路向個人或組織出售產品或服務 **團購、群眾募資**
- C2C模式
個人消費者對其他消費者出售或購買產品



- **企業內部電子商務**
公司中，各個部門及個人之間的電子商務交易
- **線上對線下**
線上可以是一個網站平台，而線下可以是一個實體的店鋪或是個人等
- **協同商務**
有共同目標的夥伴在線上進行的活動和溝通
- **電子化政府**
政府機關向企業購買或提供(G2B)物品、服務或資訊，也同樣與民眾互動(G2C)或與其他政府交涉(G2G)

電子商務簡史

- 電子商務的全球性
- 電子商務的跨領域性
- Google革命
- 網購星期一與光棍節
- 社群商務
- 電子商務的失敗
- 電子商務的成功

新品

分类选购

品牌

服装

鞋履

包袋

珠宝、腕表

配饰

美容

家居、礼品

特惠



Net-a-Porter 為成功而穿著

- 一位女士會沒有先經試穿就買下一件2000美元的時裝嗎？
- 機會
 - Natalie Massenet的時尚記者看見了商機，一方面是因為看見線上奢侈品商店的成功，另一方面是職業婦女因忙碌的原因而願意進行更多的線上購物。

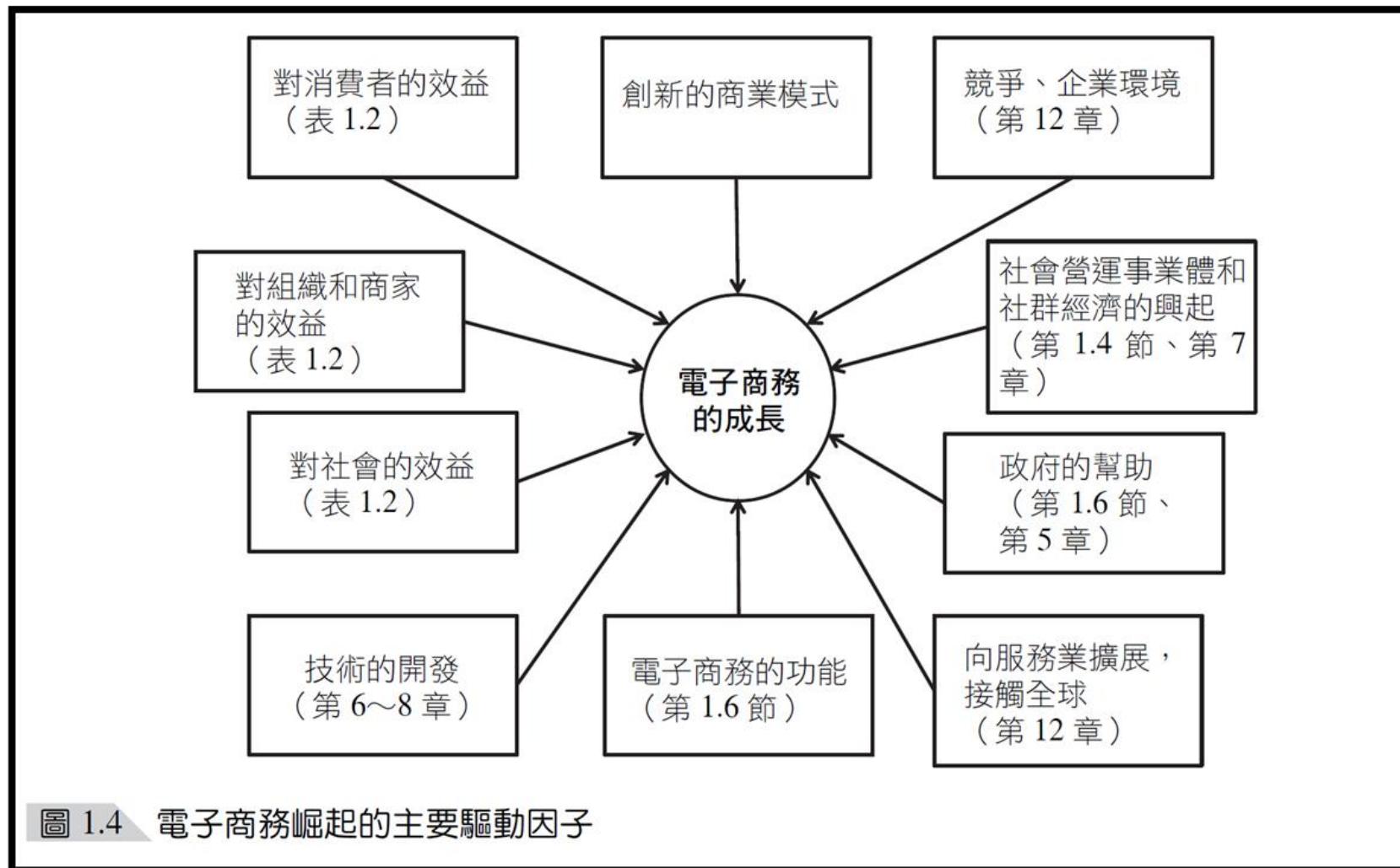
Net-a-Porter:為成功而穿著

NET-A-PORTER

探索設計師品牌的精緻女裝 — 提供免費送貨服務，可於翌日送達或選用速遞服務，並可於全球免費退貨。當季令人眼前一亮的嶄新色調，構成最明艷奪目之作，待您據為己有。新季潮流趨勢。
28天退換貨服務。

- 解決方案
 - Natalie決定開創一家線上企業出售時尚奢侈品。她創造了一個完善的、具有社群性的電子零售網站，取名為 Net-a-Porter。
- 結果
 - 該公司的顧客來自170多個國家，收入和利潤也正在迅速增加。
 - 每週有數百萬的顧客造訪公司的網站。
 - 開業一年後，就已經獲得盈利，這對於電子零售商來說是一個非常罕見的案例。

電子商務崛起的主要動因



效益

- 對組織的益處
- 對消費者的益處
- 對社會的益處
- 對創業家的機會: Fish Flops
- 電子商務提供效率、效益與競爭優勢

對組織的效益

表 1.2 電子商務的效益

效益	說明
對組織的效益	
接觸全球	以合理的成本，迅速地找到世界各地的顧客和供應商
降低成本	降低處理、儲存和傳遞資訊的成本
幫助解決問題	解決一直無法解決的複雜問題
改善供應鏈	減少延遲、庫存和成本
業務永不停擺	一年 365 天、一天 24 小時開放；沒有加班或其他的成本
客製化／個人化	依據顧客的喜好訂製產品
能夠創新、採用新的商業模式	促進創新和獨特的商業模式
降低通訊成本	網際網路比私有的增值網路（value-added network, VAN）便宜
高效率的採購	藉由電子化採購節省時間及降低成本
改善顧客服務和關係	直接與顧客互動，有更良好的顧客關係管理
提升中小企業的競爭力	電子商務能利用特殊的商業模式，來幫助小公司與大公司競爭
減少庫存	採用客製化將庫存量降至最低
降低可數位化商品的配銷成本	線上遞送可節省 90% 的成本
提供競爭優勢	更低的價格、更好的服務

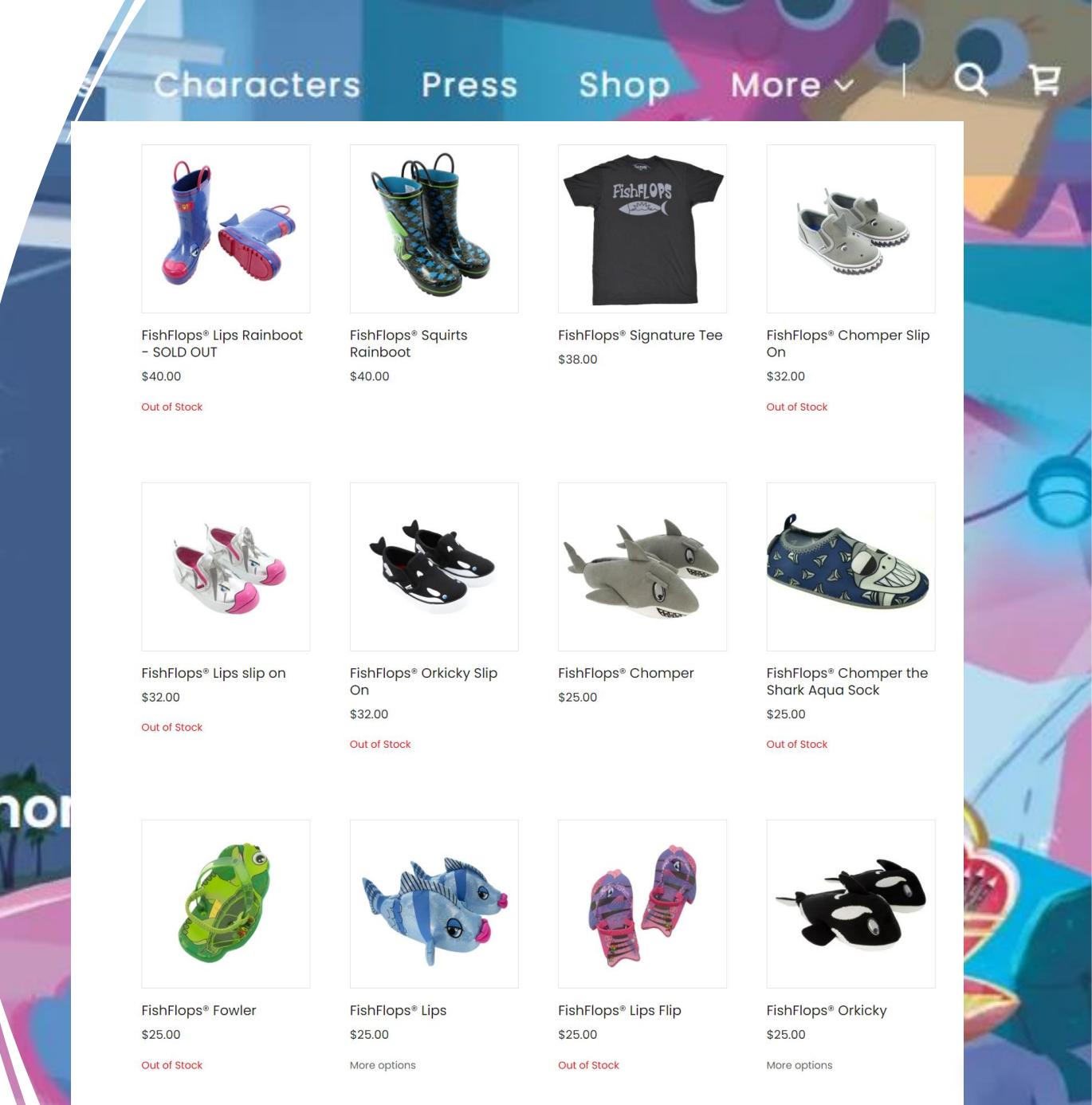
對消費者與社會的效益

表 1.2 電子商務的效益

效益	說明
對消費者的效益	
可選擇性	可有很多的選擇（商家、產品、款式）
無所不在	可隨時隨地購物
自助裝置	消費者可自行將產品客製化
搜尋優惠產品	使用比價科技
即時遞送	下載數位產品
無銷售稅	有時候可免銷售稅（法規正在改變中）
遠距工作	可在家或任何地方工作或上學
社會互動和參與	在社群網路上進行
搜尋獨特的物件	透過線上拍賣找到收藏品
舒適的購物	悠閒的購物，沒有銷售員打擾
對社會的效益	
能夠遠距工作	可在家工作，減少交通污染
更多更好的公共服務	由電子化政府提供
加強國土安全	可讓國家內部更安全
提升生活水準	可購買更多、更便宜的物品和服務
縮小數位落差	讓鄉村地區和開發中國家的居民能夠使用更多的服務，以及購買他們真正喜歡的商品

對創業家的機會

- 提供機會，讓人以不尋常的方法創業。
- 新的商業模式讓創業家以少量的金錢和經驗就能開業，並快速增長
- Fish Flops
 - 15歲的Madison Robinson透過O2O的方式進行創業，自己設計鞋子，並透過Twitter帳戶發出與Fish Flops相關的推文。
 - 經營兩年後，她的企業已有盈餘支付她就讀大學的費用。



社群計算 & 社群商務

EC 1.0- 貿易、電子服務與企業贊助的形同合作

EC 2.0- 建立在Web 2.0的工具、社群媒體、社群網路，和虛擬世界等社群計算基礎

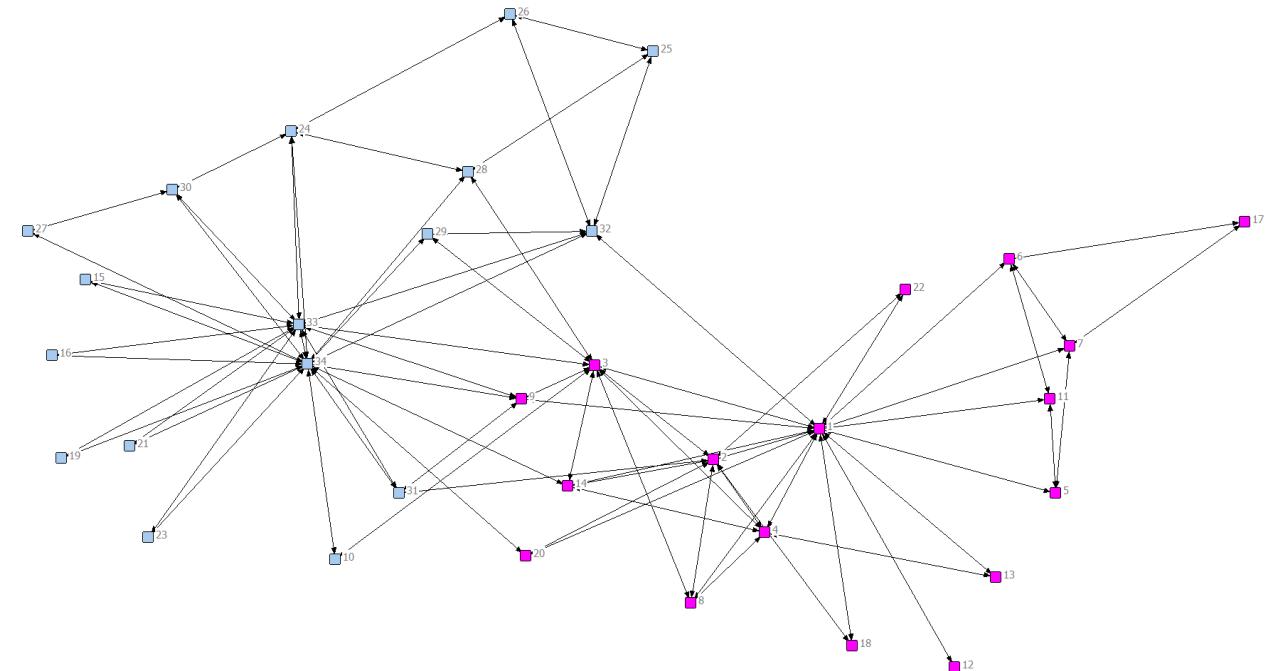
- 社群計算 (social computing) **TripAdvisor**
 - 社會互動和行為的計算系統，利用的工具包括部落格、Wikipedia、社群網路服務、社群軟體工具、社群市集
 - 傳統計算專注於企業流程，如交易的處理、生產量的增加
 - 社群計算專注於改善協同合作、人與人的互動、使用者創作內容
- Web 2.0- Karakas (2009)認為是一個新的數位生態系統，以5C (creativity、connectivity、collaboration、convergence、community) 描述。使用者以創新方式產生內容、共享媒體以及溝通與合作
 - Web 2.0的主要工具: 維基、簡易資訊聚合饋送 (RSS feed) 、部落格、微網誌
- 社群媒體- 使用者自創並利用Web 2.0平台與工具進行傳播的線上素材，為了社會互動、交談和使用。 **推動社會化**
 - 差別: 社群媒體多了人與人之間連結、互動、社會支持、使用者創造的數位內容之概念
 - Oprah的社群王國: 她將社群媒體活動融入所有活動，利用各式平台與追隨者互動





社群網絡與社群網路服務

- 新的電子商務應用：社群網路、企業社群網路，提供了新的電子商務措施、收益模式和商業模式
- 社會網路 (social network) 是一種社會實體，由相連的節點(node)因相同的嗜好、友誼或職業而連結，形成複雜的結構。
- 最簡單的社群網路形式，以節點(node)和鏈結(links)的圖片來表示
 - Facebook 社交圖譜 (social graph)



社群網路服務 (social networking service, SNS)

- LinkedIn
- Facebook
- Twitter
- IG
- Reddit
- Dcard
- Line Group

社群網路活動

- 任何Web 2.0活動的執行
 - 撰寫部落格
 - 葉佩雯
 - 小編
 - ...

企業社群網路

- 商業導向的社群網路分為公共與私有
 - 公共: 由第三方公司擁有並管理，LinkedIn.com
 - 私有: 公司本身擁有且由內部運作，我的星巴克點子 (針對顧客或員工而設立)
- 顧客導向的企業社群網路
 - 嘉年華郵輪
 - 為吸引郵輪迷而贊助一個社群網路，造訪該網路的人可以交換意見、組織旅遊團等。雖然公司花了30萬美元設立網站，但帶動新增的業務在一年內便回本。

社群商務 (social commerce, SC)

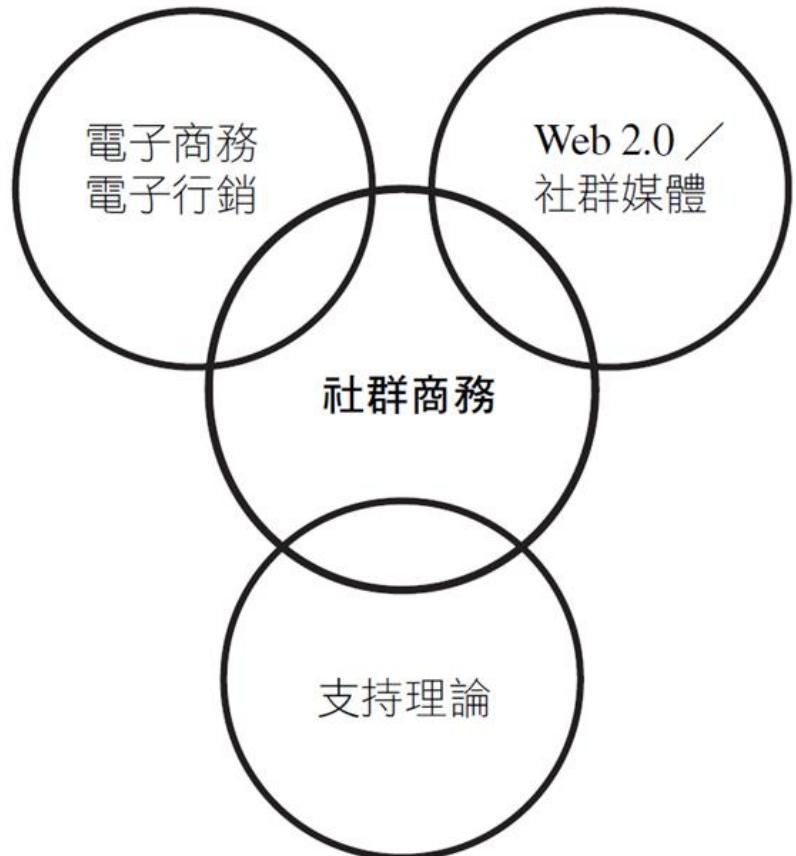


圖 1.5 社群商務的基礎

- 戲劇因應FB上大家的討論之開放式/多重結局
- Dcard, PTT, FB討論下一季的劇情走向
- 手遊透過玩家填答的問卷產生企劃案想法，並回饋予最佳想法的玩家
- 百貨公司舉辦標註三位臉書好友，抽最新iphone 14
- 同學利用社群平台發起的民主表意活動

數位和社群的世界：經濟、企業和社會

電子商務=數位經濟+社群經濟的發展 數位革命

數位經濟 (digital economy) = 網路經濟 (Internet economy)

- 以線上交易為基礎的經濟
- 數位產品、資訊轉換為商品、財務交易數位化、突破性創新

表 1.3 數位經濟的主要特徵

範圍	說明
全球化	全球通訊與協同合作；全球電子市集和競爭。
數位化	音樂、書籍、圖片、軟體、影片等被數位化，以便更快、更便宜地儲存與傳輸。
速度	因有數位化文件、產品與服務，能夠改為即時交易；許多企業流程加速 90% 以上。
資訊超載與智慧搜尋	雖然資訊大量的增加，智慧搜尋工具能幫助使用者尋找所需要的。
市場	市場已移至線上；實體市集正被電子市集取代或補足，新的市場被創建，增加競爭。
商業模式與流程	新的及改良的商業模式與流程，為新的公司和產業帶來機會。
創新	數位創新和網路創新正在持續地快速進行中；被批准的專利數量之多，是前所未有的。
過時	快速的創新也造成快速的淘汰。
機會	生活和營業的各方面都有大量的機會。
詐欺	罪犯在網路上使用各樣新穎的手法，網路詐欺隨處可見。
戰爭	傳統的戰爭以網路戰爭為輔助，或完全改為網路戰爭。
組織	組織轉為數位企業和社會營運事業體。

共享經濟 (sharing economy) = 協同消費 (collaborative consumption)

- 使用資訊科技，由成員共享物品與服務為基本概念的經濟系統
- 買方可降低開銷，賣方可以賣更多 共乘
- 類似於分散式經濟 (distributed economy): Uber, Airbnb

對社會的影響

- 改善經濟生產力，大量的群眾參與社會網路
- App 社會

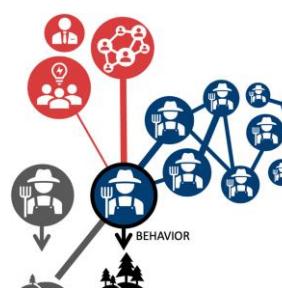


Swedish Farmers Go Online

Min Farm (My Farm)

Social network

推崇自我永續(self-sustainability)的理念



- 農夫和顧客溝通
- 種植食物的人分享故事和尋求建議
- 顧客可以親自到農場購物或在線上訂購

2. 呼聲高的演員會被劇組納入考量嗎？韓劇是如何選角的？

呼聲高的演員未必會雀屏中選。網路上的討論確實會是劇組選角的一個參考，但此階段更重要的是炒熱話題，為戲劇做第一波的宣傳，製作公司偶爾也會丟出一些人選來測風向。而劇本究竟有無送到哪位演員手上，業界人士都會知道。



韓國極為重視資歷與輩分，選角一定會從男女主角開始，人選確認後，才會選男女配角及其他角。選角會考量劇情角色的設定、演員的形象等，也和經紀公司、製作公司的合作有密切關係。投資方大多會先推自己旗下的演員出演，除非是像《陽光先生》這類重金打造的大戲，才有可能尋找他家更合適的演員。

一般來說，電視劇的一線演員比較少接配角角色，但也會有像李棟旭這樣，以一線男星的身份接任《鬼怪》男配角的狀況發生，不過，考量到金銀淑編劇筆下的男一、男二戲份往往同樣吃重，加上《鬼怪》的男二設定對當時的李棟旭來說，是有挑戰與突破性的角色，他會接下來也就顯得理所當然了。

<https://www.elle.com/tw/entertainment/gossip/g36486491/secrets-of-korean-showbiz/>

6. 一般來說，韓劇的行銷宣傳會做哪些事？

通常開拍前就會先釋放一些新聞作為前導宣傳，先是劇本決定開拍，導演、編劇等話題會在這個階段討論。接著是公布選角，依序釋出男女主角、配角等消息。有線台 **tvN** 首開先例後，「讀本大會」也變成上映前宣傳的必要環節，讓全劇演員齊聚，在記者前朗讀第一集劇本，除了能釋出一部分劇情供媒體宣傳之外，也是演員訓練口條、對白的重要場合。

傳統的韓劇宣傳主要靠電視台資源，仰賴電視台預告曝光，行銷預算相對低於電影。海外宣傳主要是電視台、串流平台（片商）自行決定，劇組可能會建議行銷預算。上檔後則靠口碑宣傳，端看觀眾反應，也需要時間發酵，討論無論好壞，都是宣傳的重要環節，最怕沒人討論，這是花大錢也無法解決的問題。



數位企業(The Digital Enterprise)

- 與社群並存的企業 + 使用IS將企業流程自動化的企業
- 新的商業模式，利用IT加強員工生產力、增加效率與企業流程的效益，以及改善商家與顧客之間的互動，以獲得競爭優勢

實體企業	數位企業
在實體商店裡出售產品	在線上出售產品
出售實體的物品	也在線上出售數位化物品
內部庫存與生產規劃	線上協同庫存預測
紙本型錄	智慧型電子型錄
實體市集	電子市集
使用電話、傳真、加值網路及傳統的電子資料交換	使用電腦、智慧型手機、網際網路和企業網路及電子資料交換
實體拍賣，不經常舉行	線上拍賣，隨時隨地都可舉行
透過經紀人進行服務和交易	電子化資訊仲介 (infomediary) 、加值服務
紙本帳單與付款	電子帳單與付款
紙本投標	電子化投標 (逆向拍賣)
推式生產 (由需求預測開始)	拉式生產 (由訂購開始，接單生產)
大量生產 (標準化產品)	大量客製、接單生產
實體製的佣金行銷	聯盟、虛擬行銷
口語相傳，慢速和有限的廣告	爆發式行銷，尤其在社群網路中
線性供應鏈	節點式 (hub-based) 供應鏈
因大量生產需要大量的資本	接單生產需要較少的資本；可在生產前收費
工廠運作需要大量的固定成本	較小、較簡單的工廠運作需要較少的固定成本
經常不符合顧客的價值主張 (成本 > 價值)	完全符合顧客的價值主張 (成本 ≤ 價值)

社會企業 (Social Enterprise)

- 主軸為社會問題
- 這些企業會產生收益，但收益不歸業主或股東，而是回饋公司，並用於建設正面的社會變遷 **社會目標才是重點**



數位革命與社會

- 無人駕駛車
- iTunes 下載音樂
- Netflix、Disney+、HBO...
- 機器人送餐
- 自動停車系統

帶來破壞式的影響

數位革命 (Digital Revolution) 與社會

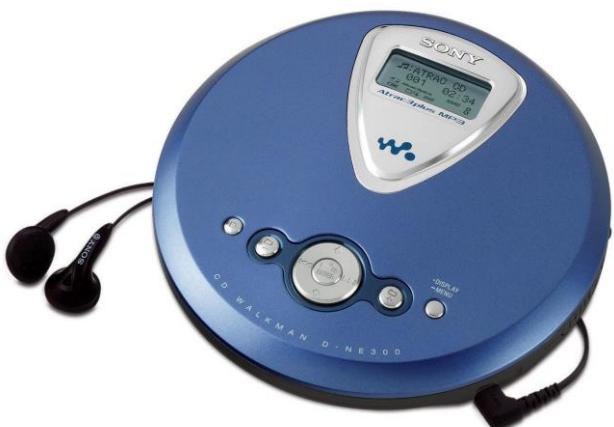
資訊通訊科技可能會為經濟、產業、商業模式和人們帶來破壞式技術 (disruptive technology)

時代的眼淚

破壞式的影響 (Disruptive Impacts)



數位革命 (Digital Revolution) 與社會



可能是比較內向而已 - Single

檔案(F) 編輯(E) 歌曲(S) 檢視(V) 控制(C) 帳戶(A) 說明(H)

資料庫 為你推薦 濱管 廣播 商店

瀏覽

預先收藏專輯 + 收看預告片

- (Deluxe)
Ed Sheeran

杜比全景聲 空間音訊

搶先觀看 Ed Sheeran 第六張專輯預告片，並將其加入你的資料庫！

顯示全部

現可以空間音訊體驗

4TH WALL Ruel

Stakes Is High De La Soul

HANS ZIMMER LIVE 漢斯·季默 & The Disruptive Collective

斷線 萬芳

3 Feet High and Rising De La Soul

顯示全部

高強度訓練

Apple Music

數位革命 (Digital Revolution) 與社會



數位革命 (Digital Revolution) 與社會



數位革命與社會

Since 13:38



E-Commerce: Mechanisms, Platforms, and Tools



WEB TOON

星期排序 分類 人氣排行榜 投稿新星專區 奇幻神作圖鑑 上傳作品 登入

滿級新手
讓你見識什麼是真正的「開掛高手」!

編輯推薦

投稿新星專區 網漫作家募集中!

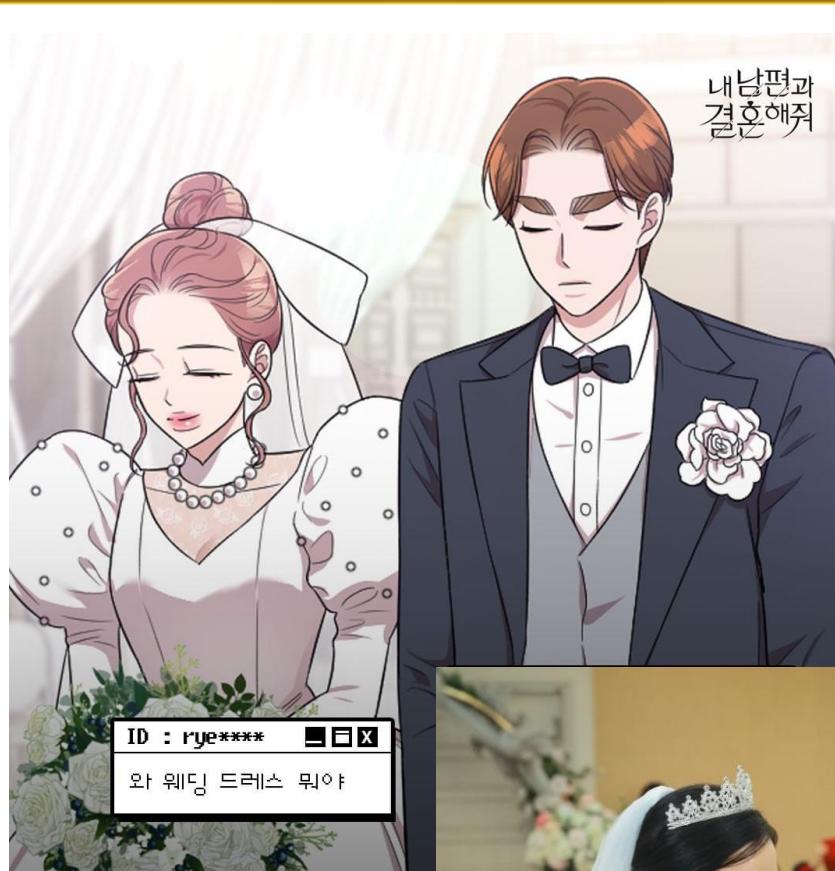
全球優質潮漫！即刻下載APP

ID : rye****

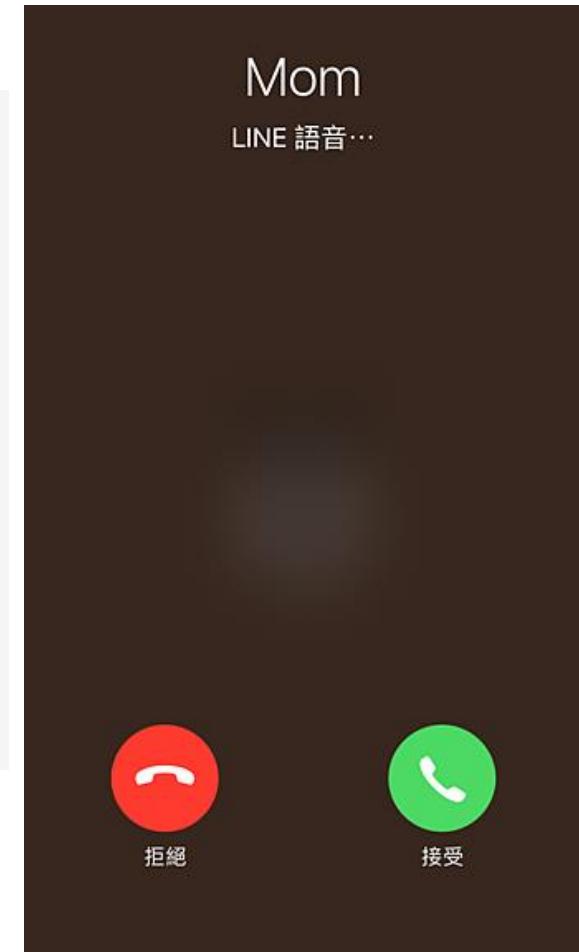
와 웨딩 드레스 뭐야

週一 週二 週三 週四 週五 週六 週日 查看更多

耳邊蜜語 94,523 任務至上主義 274,397 滿級新手 383,349 夫家對我太執著 470,461



數位革命 (Digital Revolution) 與社會



社群顧客 (social customer)/數位顧客

- 社群網路中的成員，經常分享對產品、服務和商家的意見。
 - 在線上購物，了解自己擁有的權益
 - 知道如何利用社會群體的智慧和力量而對己有利
 - 參與度高
 - 期望得到更好的服務，願意提供反饋意見、產品評論，並想與有相同看法的人接觸：主動以購買者及影響者的身分參與購物的過程
 - 受到朋友圈或名人的影響
 - 迴聲式效應 (echo chamber) → 同溫層 (stratosphere)
 - 需要新的行銷通訊和顧客服務的策略
 - 無線購物+新的線上購物模式+機會 → 社群顧客數量指數增長

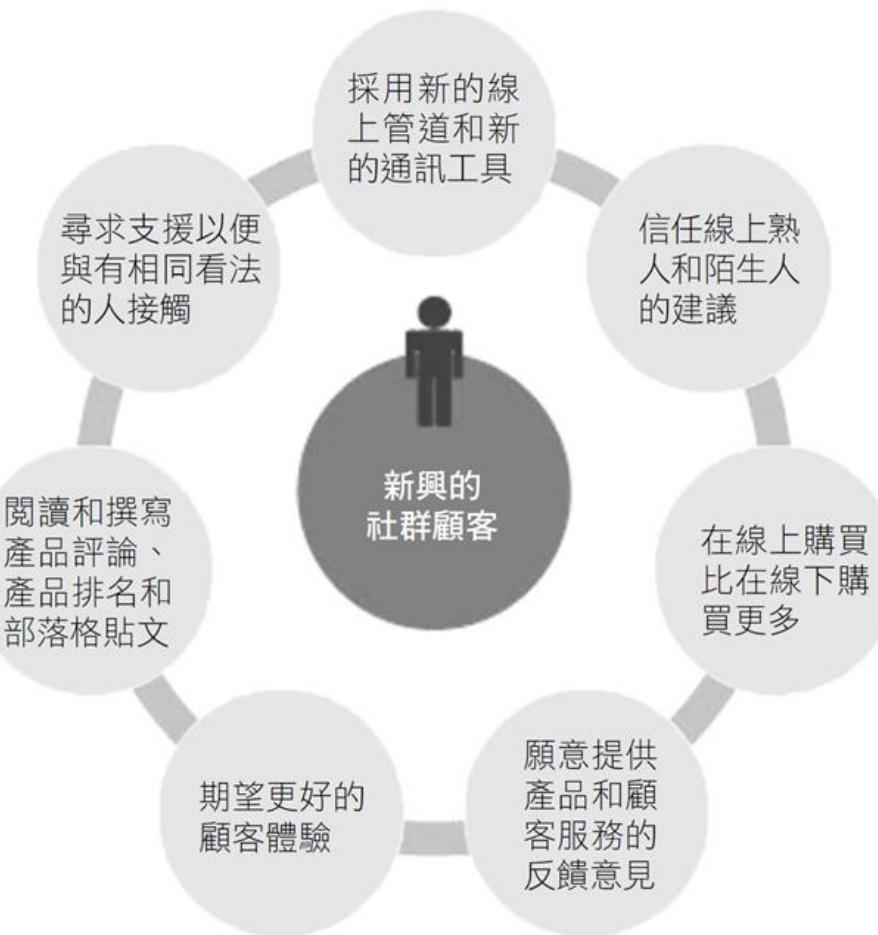
顧客意識到，當他們相互連結時，就可以對公司提出更多的要求，也能提出對產品和服務的意見。

Web 2.0 促進消費者行為的基本變遷。

顧客與品牌之間的互動可以更早開始，而且不會結束。

新的行為模式需要新的策略、更好的區隔、新的管道和目標性的信息，以及現有的直接接觸顧客的企業流程。

社群顧客的主要特徵



EC商業模式

- 催生新的商業模式

- 商業模式(business model)

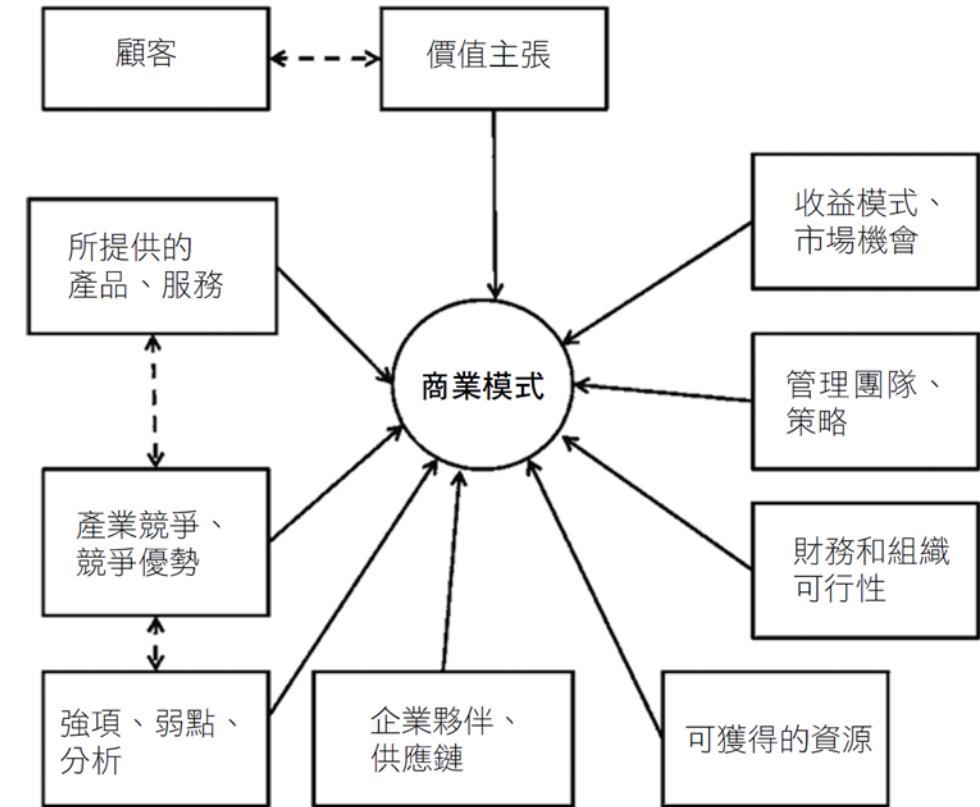
- 描繪企業產生收益和價值的經營方式，收益和價值是藉由達成組織目標而實現的
- 關鍵是吸引足夠的顧客購買組織的產品或服務。

- 價值主張

- 描述顧客和組織因採用某種特定模式，而得到有形和無形的益處。

- 作用

- 形容供應鏈和價值鏈
- 阐述投資商的競爭策略和長期計畫
- 描述顧客的價值主張
- 指出那些人會為那些目的而使用科技，說明產生收益的過程以及公司何處運作
- 估計成本結構和金額及潛在利潤



商業模式的結構和屬性-收益模式

收益模式: 一個組織或一個電子商務專案如何產生收益

- 銷售: 出售產品或服務
- 交易費: 佣金按交易額度而定
- 訂費: 顧客繳交一筆費用(月繳)以換取某種服務
- 廣告費: 公司允許他人在其網站上刊登廣告，而收取廣告費
- 聯盟費: 公司向顧客推薦某些祺她的網站，而收取佣金
- 執照費: 可以每年計算或以使用次數計算
- 其他收益來源: 有些公司讓人付費玩遊戲或收看實況體育競賽

價值主張 (Value Proposition): 公司期望藉著商業模式而獲得的益處 (有形/無形)

創新的個人收益模式 e.g. 個人品牌

_____ describes how an organization will create benefits.

- A. Business model
- B. Revenue model
- C. Business plan
- D. Value proposition

常見的電子商務商業模式

- 線上直接行銷 (B2C)
- 電子招標系統: 通常大型組織進行大量採購時 **政府採購**
 - 逆向拍賣 (reverse auction)
 - 招標/投標系統 (tendering/bidding system)
- 電子市集和商業交易所
 - 集中垂直式交易市集
- 病毒式廣告與行銷: 口碑行銷
- 群組採購: B2C和B2B線下採購方式，數量折扣概念 (買愈多愈便宜)
 - GOMAJI



電子商務商業模式的分類

- 仲介: 市場創造者根據他們的服務而收費
- 廣告: 提供內容的網站，刊登與內容相關的廣告，向廣告主收費
- 資訊仲介: 提供對買or賣方有用的資訊或基礎建設，並根據此服務收費
- 商家: 零售商買入商品再賣出，賺取利潤 [Walmart](#)
- 直接模式: 不經過仲介的銷售
- 聯盟: 付費給網站擁有者，在網站設置橫幅廣告，與網站擁有者共享廣告主所支付的費用
- 社群: 以社群媒體為基礎的模式，利用Web 2.0、社群媒體等特徵的經營

電子商務的限制和阻礙

技術性的限制

需要普遍性的品質標準、安全標準和信賴度標準。 安全和隱私權顧慮可能會阻礙顧客購買。

電信通訊的頻寬不足，尤其對於行動商務、影片及圖像上的使用。

軟體開發工具仍然在演變當中。

以現有（或老舊）的應用系統和資料庫來整合網際網路與電子商務軟體仍有困難。

除了網路服務器之外，還需要特殊的資訊網服務器（web server），增加電子商務的成本。

網際網路的連接仍然昂貴及不便。

大規模的 B2C 訂單履行需要特殊的自動化倉庫。

非技術性的限制

對賣方、電腦、無紙本、無面孔的交易，缺乏信任而阻礙購買。

對變遷的抗拒。

許多法律和公共政策的問題尚未解決或不清楚。

國家和國際政府法規有時會形成攔阻。

電子商務的成本和收益不易測量。

缺乏足夠的顧客，供應鏈中缺乏合作。

倫理議題

- 倫理 (ethics) : 有關對錯的標準，困難且標準不一的概念
 - 監視員工電子郵件？
 - 分析顧客的購買喜好是否侵犯顧客的隱私權？
 - 社群發言的自由與社群霸凌
 -



電子市集 (e-marketplace)

- 市場

- 為買賣雙方提供會合地點以實現交易
- 使相關資訊流動
- 提供與市場交易相關的服務(付款、託管)
- 提供法律、審計和安全等輔助服務

- 電子市場: 進行EC交易的主要場所

改變了貿易和供應鏈中的一些程序

- 降低買方搜尋資訊的時間和成本
- 減少買賣雙方之間資訊誤解
- 縮短購買和到貨的時間差距
 - 尤其數位化產品
- 不同的市場參與者能在不同的地點進行線上交易
- 在任何時間、任何地點都能進行交易

- 電子市集中組成要素與參與者

- 顧客
- 賣方
- 產品與服務: 實體或數位化
- 基礎建設
- 前端 (front end)
 - 顧客透過前端與市場空間互動
- 後端 (back end)
 - 所有與訂單彙整和履行、庫存管理、向供應商採購、會計和財務、保險、付款處理，包裝和遞送相關的活動，都在業務後端完成。
- 仲介 (intermediaries)
 - 幫助買賣雙方媒合，提供託管服務，並幫助顧客與賣方完成交易。
 - 提供有關需求的相關資料: 供應、價格和交易要求 **可完全自動化**
 - 幫助買賣雙方媒合 **可完全自動化**
 - 提供加值服務。如: 產品轉移、託管服務、付款安排、諮詢、協助尋找企業夥伴

Q: Customers interact with a marketspace via a:

- A. Back end
- B. Front end
- C. Intermediary
- D. Infrastructure

Q: E-marketplaces are also called virtual markets.

- A. True
- B. False

去仲介化與再仲介化

- 去仲介化 (disintermediation)

- 僅提供前兩樣的仲介可能被淘汰，就叫去仲介化



- 再仲介化 (reintermediation)

- 新進或去仲介化後的實體公司扮演新的仲介角色 expedia.com

電子市集的類別

- 私有電子市集：由單一公司擁有和經營
 - 賣方導向電子市集（sell-side e-marketplace）
 - 公司向個人(B2C)或企業(B2B)銷售標準或客製化產品，一對多
 - 買方導向電子市集（buy-side e-marketplace）
 - 公司向許多潛在的供應商 (B2B)購買，多對一
- 公共電子市集
 - 通常由第三方商家或一小群的購買或銷售公司所擁有，這類市集為許多賣方和買方服務，向公眾開放，並可能受到政府管制



_____ are often B2B markets owned by third parties

- A. Public E-Marketplaces
- B. Private E-Marketplaces
- C. Microsites
- D. E-Malls

Blue Nile 公司如何改變珠寶業

Free Shipping On Every Order | Search



- 一家專賣鑽石和珠寶的純網路零售商

- 機會

- Blue Nile使用B2C的電子商務模式，消除了實體店的必要性，雖然提供35%的折扣，但仍在短時間內就有盈利。

- 公司成功的關鍵因素有哪些？

- 他們提供大幅度的折扣。
- Blue Nile在線上提供非常多的鑽石選項，並且比許多實體珠寶店提供更多有關鑽石的資訊。

- 該公司為每顆寶石提供教育指南以及獨立（並且可信賴的）的品質等級鑑別。



65

E-Commerce

WEDDING RINGS

ENGAGEMENT RINGS

GIFTS

EDUCATION

UP TO 30% OFF

Cherish the Moment

Jewelry can remind us of something special every time we wear it. Find the perfect pieces to mark the moments that matter—in the most fresh and fabulous way.

SHOP SALE JEWELRY



Hsiao-Ting Tseng (NCU IM)

Blue Nile 改變 珠寶業的結果

- Blue Nile的銷售額在2003年達到了1.29億美元（比2002年增長了79%）。
- 2015年，收益達到4.8億美元。
- 為了在一年內銷售4.8億美元的珠寶，傳統的零售連鎖店需要300多家商店和3,000名以上的員工。Blue Nile卻僅以一座10,000平方英尺的倉庫和301名員工就達成這樣的目標。
- 該公司還跳過了該產業裡複雜的供應鏈。
- 導致大約465家小型珠寶店在2003年倒閉。

Made for Your Moment

Every occasion deserves its tribute. Our lab grown diamonds are a high-quality, affordable way to mark your moment.

[SHOP LAB GROWN](#)



Make An Impression

Certain occasions call for something extraordinary. Discover exceptional, handcrafted, one-of-a-kind pieces that are sure to leave them speechless.

[SHOP THE COLLECTION](#)

Elegant and Everlasting

When it comes to engagement rings, it's all in the details. Choose these elegant settings that feature a graceful touch.

ENGAGEMENT

Hsiao-Ting Tseng (New IM)

66

顧客購物機制：網路商店、商場和入口網站

- 網路商店(webstore)或店面(storefront)

- 單一的公司(個人銷售者)用來銷售產品和服務的網站
- 微型網站 (microsite)

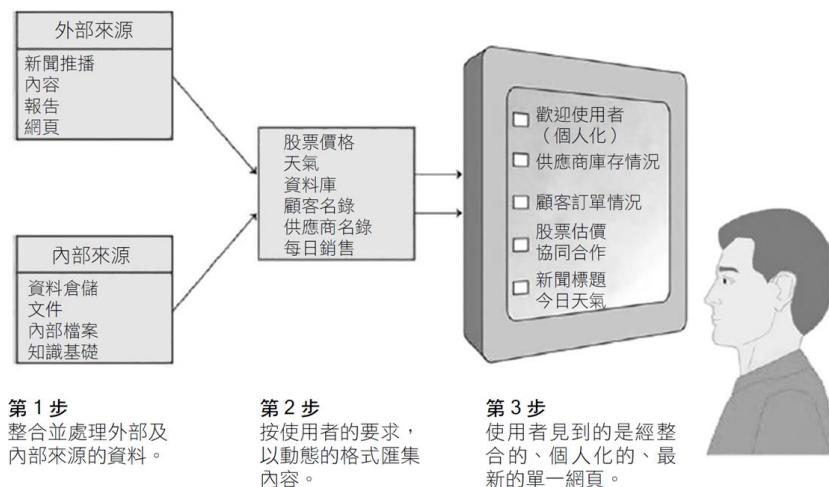
- 單頁品牌網站，or位於網站外部的網頁，補充主要網站的內容，透過增加社論、商業影片或教育材料來擴展內容



- 電子商場

- Pchome 商店街

- 入口網站: 資訊的閘道



電子市集仲介的角色和價值

- 經紀人 (broker): 促進買賣雙方交易的個人或公司
 - 交易 (trading): 幫助線上交易的公司 **eBay**
 - 線上購物中心的組織: 匯集許多線上商店的公司 **Yahoo 購物**
 - 比較代理人: 幫助消費者比價，鼓勵使用者評論，並在不同商店提供顧客服務的公司
 - 購物助理: 協助全球購物者在線上購物，為他們提供託管、付款、運輸和安全服務
 - 媒合服務: 將買方與賣方或其他實體媒合 **104**
- 企業對企業中的經銷商: 電子經銷商 (e-distributor)
 - 將零售商或轉售商(re-seller)等企業買方(顧客)與製造商連結起來。
 - 將許多製造商的產品資訊，匯集到自己型錄。
 - 經銷商像超級市場，購買產品後，再將它們售出。

飛比價格



GRAINGER
■■■■■

A person or company that facilitates transactions between buyers and sellers is a:

- A. Microsite
- B. Portal
- C. Marketplace
- D. Broker

E-distributors aggregate product information from many manufacturers.

- A. True
- B. False

拍賣、以物易物與線上協商

- 定義與特徵

- 線上拍賣是一個讓賣方和買方會面，以進行不同類型交易的電子空間。
- 市場機制：競爭性的過程
 - 正向電子拍賣：賣方徵求買方連續出價
 - 逆向電子拍賣：買方徵求賣方出價
- 許多線上市場都可以是拍賣。
- 動態定價（dynamic pricing）：價格不固定、會波動，由供應和需求高低而決定。
 - 相較之下，型錄價格是固定的。
 - 型態：協商、議價

- 傳統拍賣與電子拍賣

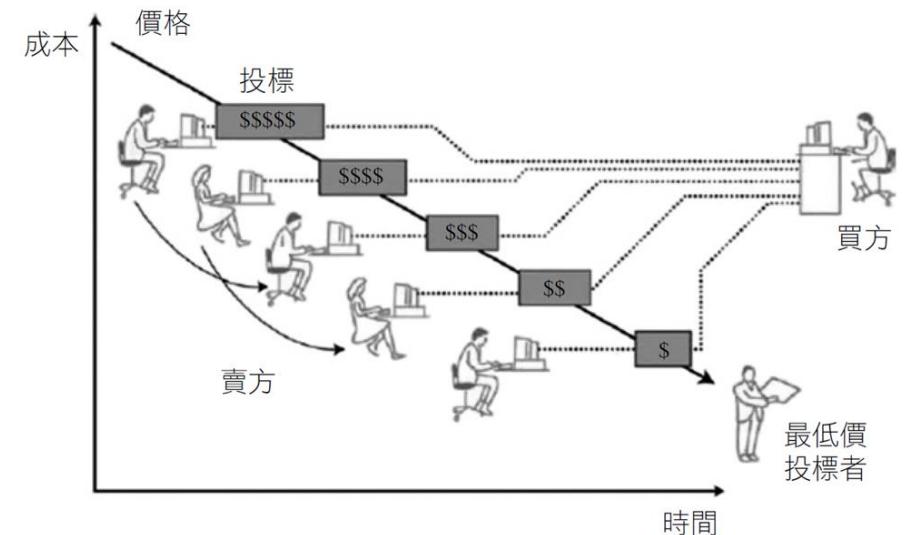
- 傳統線下拍賣 (off-line auction) 的限制
 - 無法或低效率處理，買方沒有足夠的時間做決定(缺乏充分的了解與比較)→出價保守或不出價→賣方無法獲得更高價格，投標人可能無法獲得真正想要的商品、為了獲取花太多的錢且須親自出席、實體成本
- 電子拍賣 (electronic auction, e-auction)：交易量較大且持續增加。有效率地清倉或快速銷售物品

Offline auctions

- A. Are limited by location
- B. Have a global reach
- C. Are easy to attend
- D. Allow for easy shipments

- 1買方，1賣方
 - 可以協商、議價、以物易物
- 1賣方，N潛在買方 (常見用於清倉或提升市場效率)
 - 正向拍賣 (forward auction) 賣方接受來自多個買方的出價
- 1買方，N潛在賣方
 - 逆向拍賣 (reverse auction) (常見於B2B, G2B)
 - 買方詢價 (request for quote, RFQ)
 - 投標 bidding/投標系統 tendering system
 - 潛在供應商對物品進行投標，並逐步降低價格，直到投標人不再進一步降低價格為止。
 - 自我定價模式 (name-your-own-price model) : 潛在買方指定所願意支付給任何一方意願及能力的賣方價格(和其他條款)。) (常見於C2B)
- N賣方，N買方：雙邊拍賣(double auction)
 - 娛樂式競標 (penny auctions) : 新型態線上正向拍賣，參與者在每次出價時支付少量不可退還的費用 (通常比之前的出價高出一些)。當拍賣時間結束時，最後投標的參與者贏得競標，並支付最終價格。

拍賣類別



An auction with one seller and many potential buyers is a:

- A. Offline auction
- B. Electronic auction
- C. reverse auction
- D. forward auction

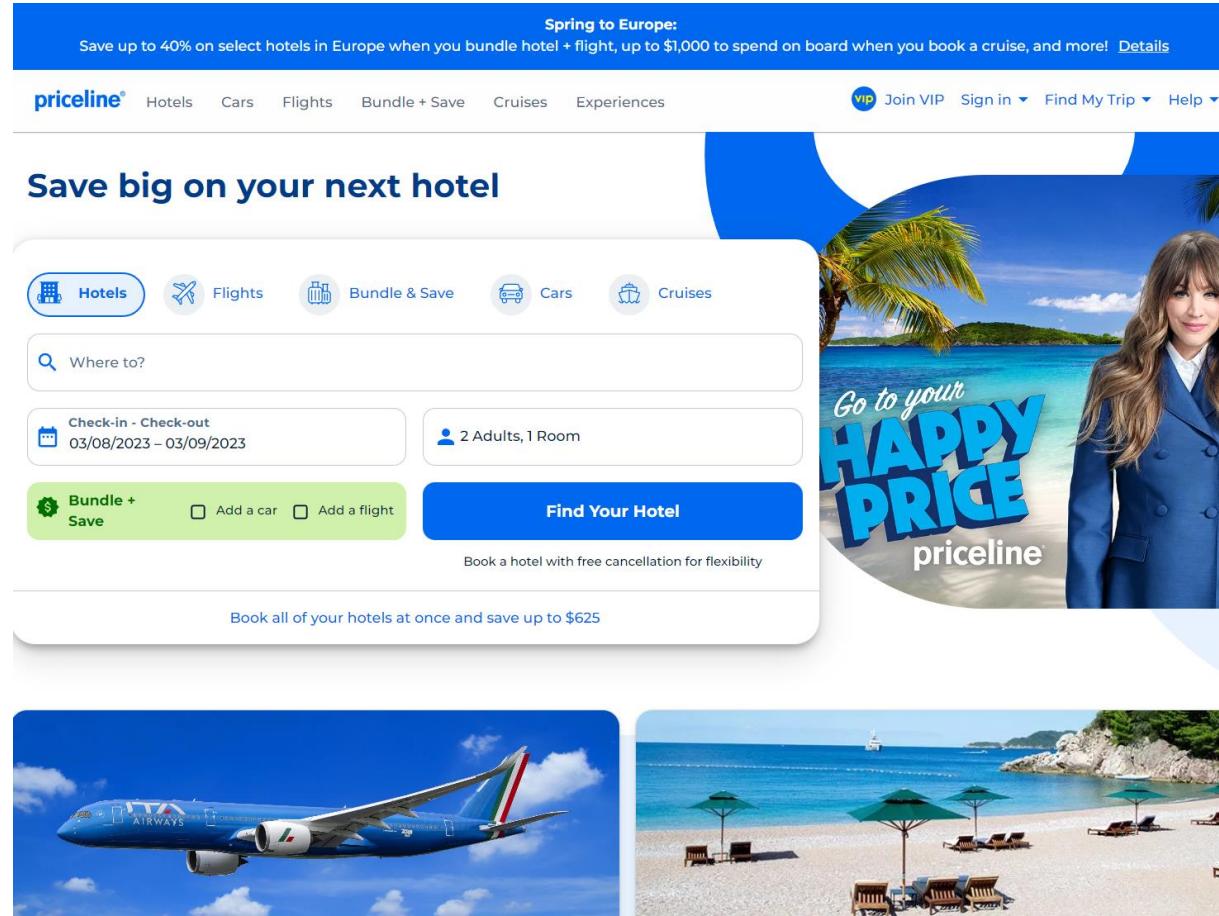
An auction with one buyer and many potential sellers is a:

- A. Offline auction
- B. Electronic auction
- C. reverse auction
- D. forward auction

An auction with many buyers and many sellers is a:

- A. Offline auction
- B. double auction
- C. reverse auction

Priceline.com is an example of a double auction model



- A. True
- B. False

電子拍賣

對賣方的收益	對買方的收益	對電子拍賣商的收益
透過擴大投標者基礎和縮短週期時間來增加收入。可以在全球任何地方銷售。	有機會尋找獨特物品和收藏品。	更高的再購買率（repeat purchase）。marketresearch.com發現，像eBay這樣的拍賣網站，往往比最有優勢的B2C網站（如亞馬遜）有更高的重複購買率。
有議價的機會，而不是以固定價格出售。可以隨時出售並進行頻繁的拍賣。	娛樂：參與電子拍賣可以是有趣和令人興奮的（如虛擬現場拍賣網站 tophatter.com）	對網站的高度黏著率（stickiness）（顧客傾向於花更長的時間停留在網站上，並且更頻繁地光顧）。拍賣網站經常比固定價格的網站「更粘」。黏著率高的網站為電子拍賣商帶來更多的廣告收入。
由市場決定最優的價格設定（更多買方，更多資訊）。	方便：買方可以從任何地方，甚至可以透過行動裝置出價，而不必前往實體拍賣場所。	容易擴大拍賣業務。
賣方可以透過直接提供物品來獲得更多的顧客資金（省下中間人的佣金，而且實體拍賣比電子拍賣昂貴許多）。	匿名：透過第三方的幫助，買方可以保持匿名。	
可以快速地清算大量的庫存。	為個人和組織尋找便宜好貨的可能性	
改善顧客關係和忠誠度（在專業B2B拍賣網站和電子交易所的情況下）。		

電子拍賣的限制

- 低安全性
- 有限的參與
- 可能被詐欺
- 邀請制
- 線上以物易物 (bartering)



虛擬社群與社群網路

- 社群：一群有共同興趣並互動的人
- 虛擬社群(virtual community)
 - 透過網路形成的社群，與一般實體社群是平行的，但成員並不面對面聚集，而是在線上相會。提供許多讓成員互動、合作、交易的方式。

社群類別	說明
交易和其他商業活動	促進購買和銷售：結合資訊入口網站和交易的基礎建設。成員有買方、賣方、仲介等，皆專注於某個商務領域（如漁業）。
目的或興趣	並無交易，僅僅交換共同興趣主題的資訊。例如：投資者在 Motley Fool 上諮詢財務建議；音樂愛好者則上 mp3.com.
關係或實踐	成員根據生活經驗組織而成。例如：seniornet.com 是屬於老年人的社群。專業社群也屬於這個類型，例如：aboutus.org/lsworld.org 是資訊系統教師、學生和專業人士的社群。
幻想／角色扮演	成員共享幻想的境界。例如：espn.go.com 上的體育幻想隊。
社群網路	成員溝通、合作、創作、分享、形成團體、娛樂等，臉書是其中的佼佼者。
虛擬世界	成員使用虛擬化身（avatar）代表自己，在模擬的三維環境中玩遊戲、做生意、社交及幻想任何自己喜歡的事物。

Social networking sites can be

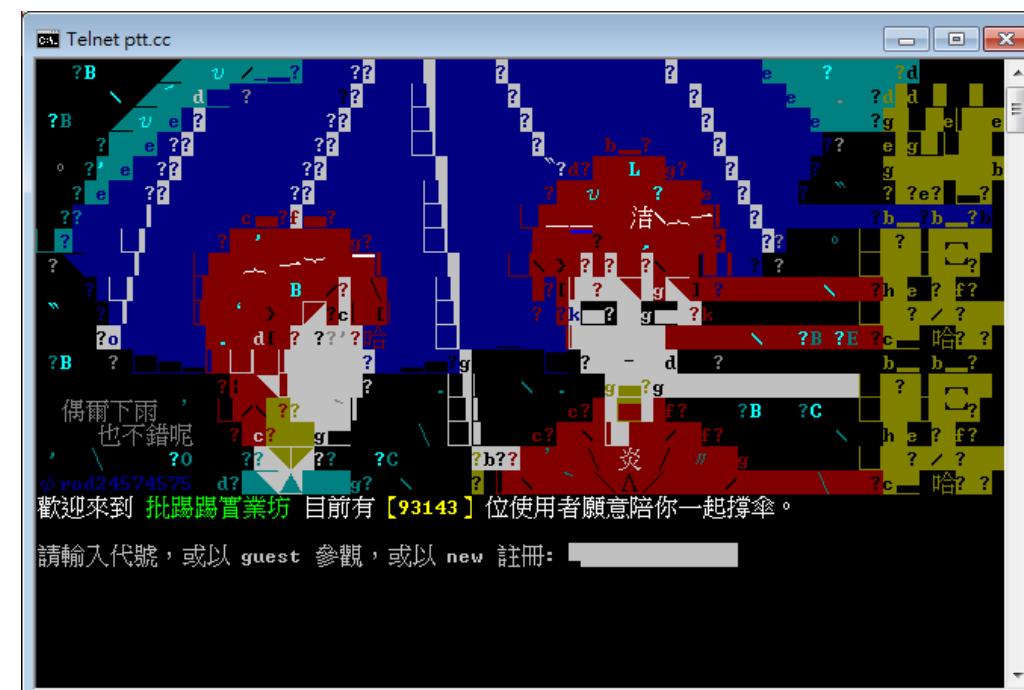
- A. mobile
- B. web-based
- C. neither mobile or web-based
- D. both mobile and web-based

A virtual community is one where the interactions take place over a computer network.

- A. True
- B. False

傳統線上社群的特性和分類

- 公共與私有的社群
 - 公共：會員制度對所有的人開放。許多大型社群網路，包括Facebook
 - 私有：屬於公司、協會或集團，會員僅限於符合某些條件的人。也可能分為內部的（員工only）和外部的（顧客和供應商）。
- 社群網路工具與平台



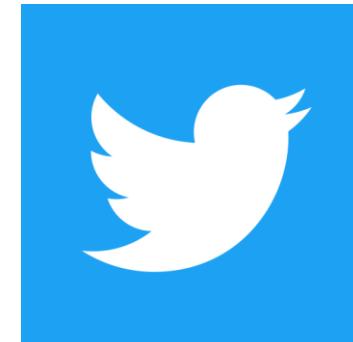
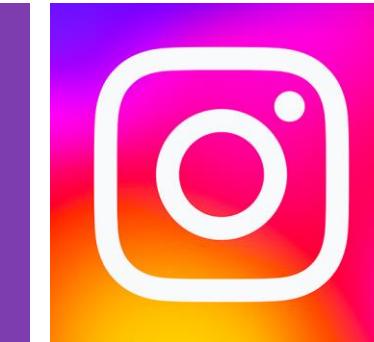
WhatsApp.com



Viber.com



Instagram.com



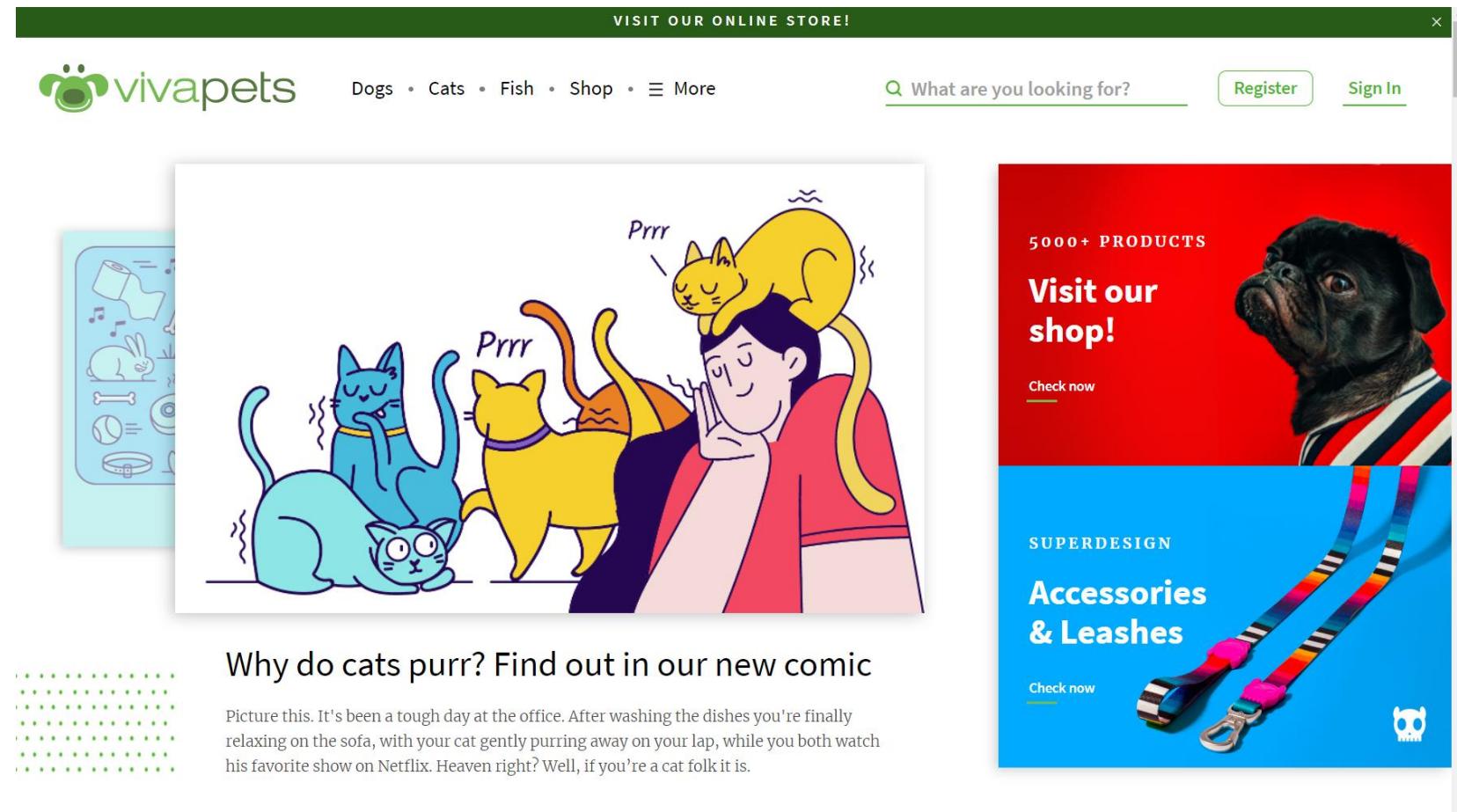
Online communities can be

- A. Only public or private
- B. Both public and private
- C. Neither public or private

與社群網路相關的商業模式和服務

- 社群吸引廣告商

- vivapets.com



Craigslist：終極線上分類廣告社群

- 如果你想尋找工作（或員工）、房子、商品和服務、社交活動、浪漫的邂逅、別人的建議等，你可以進入Craigslist.com，以13種不同的語言，在70多個國家，和超過700個地方網站中尋找。
- Craigslist有100個以上的論壇，有超過2億則使用者的貼文。
- 每天，人們從70多個國家中的700多個地方網站查詢分類廣告並在論壇上參與互動。
- 對於Craigslist的顧慮
 - 批評者指責一些使用者在該網站上發布非法或虛假的廣告，而Craigslist的工作人員無法有效監控這種做法。
 - 成人服務是該網站的總流量的一大比例，其中可能包括非法活動，甚至涉及未成年人。



Advocates of Craigslist point out that:

- A. Illegitimate post are hard to control
- B. Few security precautions are available
- C. Free access provides opportunity
- D. Adult products make up a good portion of traffic

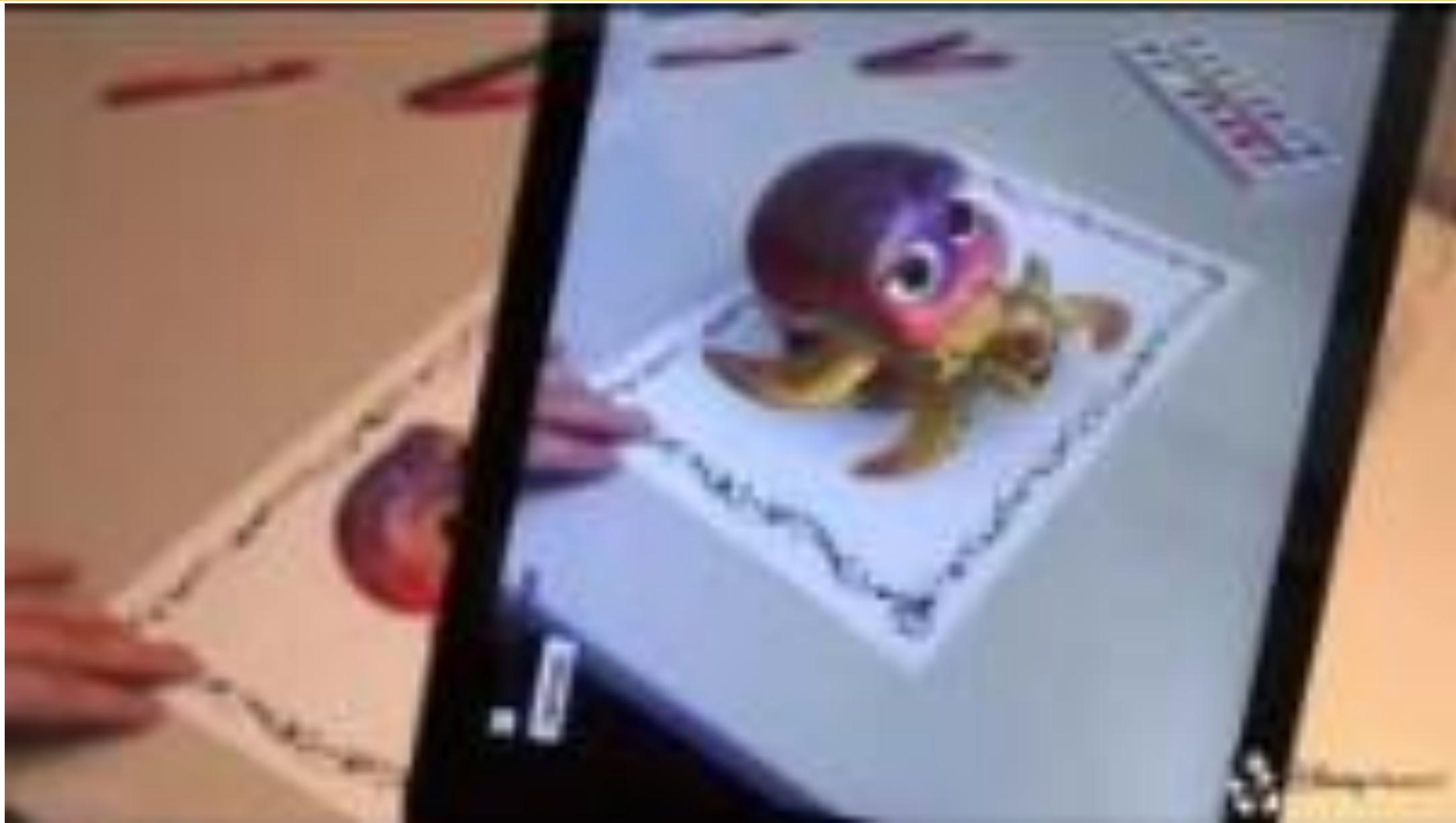
新興的電子商務平台：擴增實境與群眾外包

- 擴增實境 (augmented reality, AR)
 - 真實實體世界環境的即時或間接視圖，其元素透過電腦產生的感官輸入進行擴增或補充。
 - 加強人們對現實的感官認知
 - 電子商務中的應用：廣告、行銷
 - Net-a-Porter
 - IKEA
- 虛擬實境 (virtual reality, VR)
 - 電腦產生的真實生活環境的模擬，使用者可以完全沉浸其中。
 - 人們感受到處於一個可操縱的環境中。











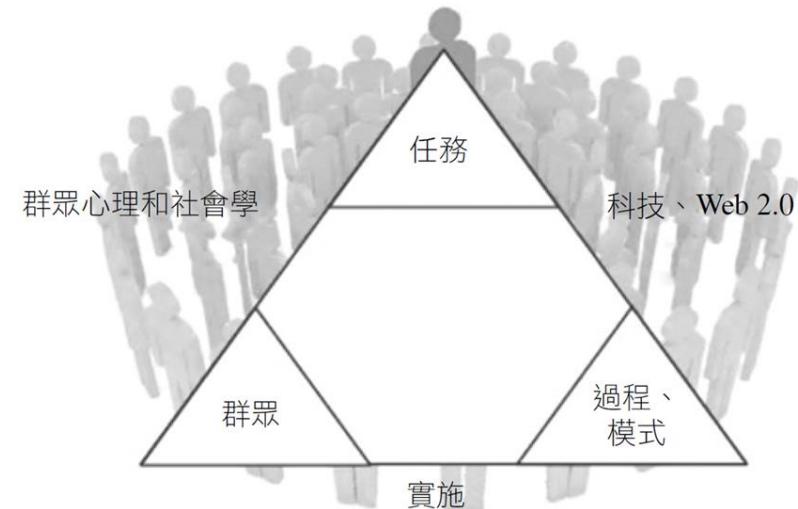
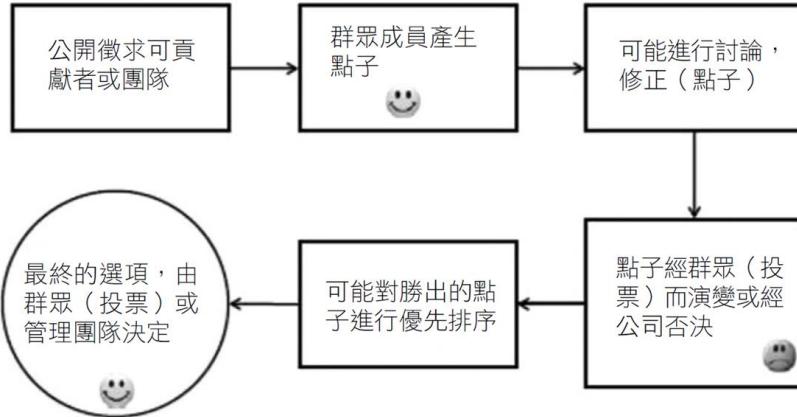
What is used to divide a large task among many people, each of whom is executing a different, small subtasks?

- A. virtual businesses
- B. augmented reality
- C. virtual shopping
- D. crowdsourcing

A platform for collective intelligence and social commerce

群眾外包 (Crowdsourcing)

- 群眾外包：利用群眾來集體執行一些任務。
 - 群眾外包三大基本要素：任務、群眾、過程模式。
 - 群眾外包的過程



Which is not a benefit of crowdsourcing?

- A. low-cost problem analysis
- B. quick solutions
- C. unique ideas generated
- D. lack of customer loyalty

Semantic Era

Web 3.0

- 下一代的網路，結合社群與商業計算。
- 便於攜帶與個人化，具有更強大的搜尋引擎。
- 無線環境與隨選應用程式。
- 語意網的支援。
- 顧慮
 - 安全和隱私問題
 - 缺乏網路中立性
 - 著作權投訴
 - 連結不足
 - 語言符合度 (Prompt Engineering)



What's the future?

Maybe.....

The Emotional Era

The Symbiotic Era



PROMPT

ENGINEER

MAKES \$335K