

國立高雄大學

資訊管理學系

畢業專案文件

**JOIN ME**

指導教授： 楊O成 博士

學 生： 王O琳 張子妍

周O臨 昌O智

中華民國 109 年 12 月 31 日

# 前言

本作品是以即時活動為主的整合型APP，能為主辦方找到同好一起參與活動、將報名資訊簡單化與即時化，也能組織性的整理各項資訊，為參與方更簡便的找到感興趣的活動，讓雙方因活動而與其他人有更多交流。

本作品具有許多功能，線下活動可透過APP在線上整合，並在線上藉由與商家合作等方式，創造更多價值，在進行活動時，使用者可透過此APP進行定位報名等特別功能，而在活動結束後，使用者也可給予該活動主辦人或參加者評分。此外，透過APP回饋的部分，我們會再將使用者意見與類似系統進行評估與分析，並對此APP進行修正或擴增功能，藉此與其他系統做出市場區隔、提升商業優勢。以下為預計的主要功能架構：

1. 活動建立
2. 查看附近活動
3. 活動報名
4. 活動報到
5. 活動後續功能(評分)
6. 活動收藏功能
7. 聊天室功能

此外，為了增加使用者的黏著度，此APP還包含了好友功能，使用者可選擇與其他使用者成為好友。當好友舉辦活動時，會收到通知並可查看該活動，進而增加平時使用此APP的意願。

# 文獻探討

本計畫目標在於建立一平台供使用者建立以及參與活動，而文獻回顧與探討的部分，我們打算探討兩件事，首先是本平台揪團的模式—O2O，本平台以線上互動的方式，帶動線下的活動，通過探討過去關於O2O模式的研究，找出令O2O成功的關鍵因素。再來是「使用與滿足理論」，透過探討人們使用傳媒的目的、對於傳媒的選擇...等，證明本計畫的可行性與平台的可行性。

隨著科技的日益進步，O2O(Online to Offline)的商業模式也越來越廣泛被使用，是一種非常具有前瞻性的商業模式(陳少莆，2014)。我們的研究計畫打算結合應用程式與O2O模式，由線上揪團平台來帶動線下實體活動，對於一般使用者來說，可以在網路上找到一起從事活動的同伴；對於商家來說，可以透過平台提升自己的曝光度、及推廣自己所舉辦的活動。

蘇培豪(2016)的論文中提到消費者利用O2O服務時，會被其所提供的社群媒體行銷活動影響，而重點研究成果如下：

1. 娛樂性、互動性及網路口碑均對社群認同呈正相關。
2. 互動性、網路口碑均對社群信任呈正相關。
3. 社群認同對社群信任及知識分享意圖呈正相關。
4. 社群信任對知識分享意圖及購買意圖呈正相關。

我們的研究動機包括了希望人與人在活動之後能有更多的互動，而和目前現有類似的平台不同的是，我們計畫建立完整的好友、討論區等社群功能，希望通過提高使用者們之間的互動性，從而帶動應用程式的使用率、增加黏著度。

使用與滿足理論(Usesand gratifications, U&G)主張人們使用媒體的目的皆不同(Blumler & Katz, 1974)，且提出了五大假設：（一）媒體使用是帶有動機性的行為、（二）閱聽眾會主動選擇傳播媒體、（三）閱聽眾能察覺自己的需求，並依其選擇最適合自己的傳媒、（四）傳播媒體必須和其他傳播媒體競爭，以獲得閱聽眾的青睞、（五）受眾在使用和滿足的過程中占主動。現在使用者若要完成線上揪團，除了利用第二大點所比較之APP，FB社團也占了相當大的使用率，而根據使用與滿足理論的論點，要受使用者的青睞，就必須要在各項功能上和其他傳媒的比較中占優，因此以下就「揪團」這個行為，對我們的研究計畫與臉書社團進行比較：

表格 1 臉書社團與Join Me揪我比較

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | JOIN ME 揪我 | 臉書社團 |
| 搜尋活動 | 可以通過關鍵字搜尋、時間等條件對活動進行排序、搜尋，並且可以結合地圖查找附近活動。 | 僅能對貼文進行搜尋，無法針對活動時間、地點進行搜尋，非常不便。 |
| 整合程度 | 一個平台整合所有資訊。 | 一個社團通常只能尋找某一特定類型活動，且同一類型的社團往往不只一個，導致揪團資訊發散，使用起來略有不便。 |
| 個人資訊 | 個人頁面特地為「揪團」所設計，可以從使用者過往記錄、標章來判斷其是不是一位好的主揪人/參加者。 | 個人頁面展示的是居住地、學歷、個人相片等個人資訊，無法判斷其適不適合信任。 |
| 活動回饋 | 每個活動都有其專屬的討論區可以張貼照片、評論，供參加者們發表、查看、回憶。 | 需自行建立新社團，和所有參加者成為朋友後，才可以邀請所有人加入。 |
| 使用者互動 | 皆可以利用平台所提供之好友、聊天室功能和其他人在活動前後交流。 | |

由以上表格可知目前使用臉書社團來揪團存在有諸多不便，我們的研究動機是幫助人們方便地找到適合自己的活動，我們在研究的過程中會以此為宗旨，改善目前其他揪團平台的不便之處，以獲得受眾青睞。

O2O行銷的本質仍是服務，而服務的核心則是「體驗」以及「延續」。體驗，指的是顧客的不同需求和經驗都可以被重視，並進而被滿足；而延續，則指品牌的核心精神可以透過科技輔助，具體地在實體或網路世界落實並發揚光大(The News Lens 關鍵評論, 2019)。本計畫希望將使用者參與活動這件事(Offline)帶到線上平台(Online)，線上平台提供了線下活動的「延續」，通過好友功能、活動回饋等方式增加使用者黏著度，且代表「延續」的平台，能幫助使用者找到適合的活動、適合的夥伴，讓下次的「體驗」更棒，達到「體驗」與「延續」相互產生正效益的成果，透過行動裝置與科技，滿足使用者的需求，讓他們樂於使用此應用程式並將研究成果效益最大化。

# 研究背景

每個活動的型態、傳達的意義都不相同，在現今生活中，大多數人使用Facebook來尋找可參與的活動，但其內容無分類、無法統整資訊，且在報名後無法進行其他動作，使得使用者在搜尋目標資訊上較為麻煩、在活動中及活動後無法建立價值。因此若有一個平台能幫助使用者建立及宣傳活動，統整並簡化各種活動資訊，提升活動效率及活動帶來的價值，將能使人們的互動更頻繁、拉近彼此的距離，並傳達到活動的意義。

本作品之動機來自於自身在日常生活中找不到有相同興趣的人一起從事活動，也不知道周圍是否有能參加的活動，上網搜尋又因資訊過於複雜，無法找出適合的活動。而自己主辦活動時，籌備的過程複雜且耗時，再加上無宣傳的管道，導致活動成效不佳。在經過觀察與調查整理後得出活動舉辦不易的原因為：主辦方在籌辦活動、尋找參加者及整合資訊上不容易，參與方因資訊複雜，在尋找適合的活動及報名上較困難。因此為了改善上述狀況、讓參與者彼此有更多交流，並讓活動增加更多的附加價值。

我們的平台能夠滿足使用者需求，解決找不到人一起參與活動的問題、使活動資訊更簡潔快速之外，還能宣傳活動，提升活動的曝光度，藉此提升活動參與率及效益，讓使用者更願意舉辦活動，而聊天室的功能，不但讓使用者對此APP更有依賴性，也讓使用者間有更多交流。

行動裝置在現今生活中已與人們密不可分，幾乎每人都有一台手機，因此若能將與活動有關之功能整合在APP中，提供給使用者在手機下載，便能大大提升方便性與效率，且行動裝置在連接網路後，可透過網路與商家結合，商家在與活動連結後，可避免繁瑣的宣傳方式及減少非必要的宣傳成本，且為其提升業績，也帶動周圍商家的消費，不斷擴充活動帶來的價值。

# 系統架構

使用者下載APP後，即可註冊成為會員。會員可依身分的不同使用相對應功能，若為參與方或主辦方也可瀏覽活動歷史紀錄。透過使用平台連結線下活動，並讓使用者們彼此間在活動參與後結為好友，建立關聯，此外也能創造更多的價值。而APP的系統結構如下：

表格 2 系統功能架構

|  |  |
| --- | --- |
| 主要頁面 | 主要功能 |
| 首頁 | * 以地圖顯示使用者周遭的各類活動 |
| 個人頁面 | * 好友列表 * 參與活動的歷史紀錄 * 活動評論 |
| 報名頁面 | * 報名資料 |
| 揪團頁面 | * 主辦方填寫活動詳細資訊 |
| 通知頁面 | * 評論回覆 * 審核通知 * 交友邀請 |
| 審核頁面 | * 審核活動參與人 |
| 聊天室頁面 | * 聊天記錄 * 群組列表 * 好友列表 |

# 程式架構

# 系統功能

在施行方面，本作品之使用者主要分為揪團人與參與人兩種角色，下表為不同角色操作之情境：

1. **揪團人：**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **操作流程** | 1. 創建揪團 | |
| 點擊首頁下方GO按鈕創建活動 | https://lh3.googleusercontent.com/gDURvTMMvZ3Iw090dTUC-NvxfK35ftdAlqMb3v9F-PzWLUra7E7WxNp30V96VGc-97wSFtQ2rr2BdG-ZnMf9TlZ4bp4exJddsi5AqLvGUASFspMR3F8Q4MbnbOKk-0RzB6wRNlRT |
| 填寫活動詳細資訊 | https://lh3.googleusercontent.com/WGrITXEt7ecko7JmcepFdNC9NOoFVtWJvoumnrCwuysp5aCACv2_zIa6tgdUc6Q9Zy5CfZePEc9o1edEfWceOr1uJ20xw29um1kn3PxrVePkCFQcavUUnJh10LurR4kg476fI9jq |
| 活動建立成功，  自動創建群組聊天室 | https://lh4.googleusercontent.com/QNJ52_Cw3G_tTMSpd0v5MzruO9mF3KG3vZZUWPhBrwYqS4Vse_0cl411E36UXHM-WfaPu_Wtk-CRok6DUrtWNSov63lhZO8sWuGdcSXIaIuJ60fIc191A-mETavsTZ8Wk53SEzsb |
| **操作流程** | 1. 揪團管理 | |
| 點擊首頁按鈕進入通知頁面 | https://lh4.googleusercontent.com/CKq9wzza-SbdzfKhWmEixUUCGuSBurOFhDJ5ULO_jxMd6mfKyPu1Nd3D-no8ZiNgrKEvdh01WnR9vDL3GLxGVCXT06KQTFRfbH_4MP-5OUGz3IZnGZ-zOPqk5H5OdLiUOp4jyvtU |
| 點擊報名申請進入審核頁面 | https://lh6.googleusercontent.com/QBDXkVAYwjjQG_SOkmmWVRUo63vmW2bXubwSVJYzb6IgXj6T36M183DdsEpyuVnewXjdVD8aGo32svDcnVni5xf6IQf1AeHVJk5-YT4mmKLf93XN3nhixuhmdI2Sl0TfKFEAevfD |
| 針對申請用戶進行審查 | https://lh6.googleusercontent.com/TpDYAjG2UDhRg7wwdqb2Kmp2_iijV_DBdasqSd6l11MdwTWxOejhhVzMJvrGPI8GblH-L61dTYVTbOo-A_YHpMmYHx9o2meahgJNn5AUJ2tNXZIDEgvpR_2PjE9FWjiA3bICBAL0 |
| **操作流程** | 1. 參與者評價 | |
| 在已結束之活動頁下方點擊  "我要評價” | https://lh5.googleusercontent.com/s6bcOetEuqLV_tPz5gEcZrq1JTTMc_4rXIBmaKMFLDqyJTBwwI8VBTiRwnk9ynaSX5LdYLzZ5FaJigQTkiymdlTTbyrrjLICLFv9DNa11DPrwDhurDSaNBmp3E_VP6ZeLkGqyS80 |
| 進入評價頁面，可以選擇選擇一鍵評價給全數參與者5星評價；也可以針對個別使用者給分並留下評語 | https://lh4.googleusercontent.com/qsH-cr-OVZhDck8CwRLk5Nl7CN11yHK4SnCjHUJcuiI6c5uHc2JCCDx9vIwrBgce4_pdJozcLzLr4PulS-lEE45kL8W8DWzHr_ODSI-TOoPdoc4NGXPCfunHK7m_XarPwya7aQ_0https://lh3.googleusercontent.com/ixy-OptuJzUbsmPlyJjkkiUW9GduEY3P5BG6y_wVWF2sYbPZIXXqtPxGeCxTJY79p1UPphzQtTJBK5AynhEMJQJ2Shjbs3X82hxlLuePu1zsPOfwXzOjdD7gyXtau8MsGSOnjXuG |
|  | 1. 開放活動報到 | |
| **操作流程** | 在活動開始後，主辦方之活動頁面下方按鈕會變成"開放報到” | https://lh6.googleusercontent.com/I5M52YEszJ_yzygz8GOhDFlKZjckHowwTfDftophqXhMbg6yaN7k4hK8mH3UWYHnVktO-Rnimuqm6VxhaRHOSCBZCJpwnSv9uvDyHJmWuyWnfoNVQ3hnhn0XtwpTYSpVsAH4BZq7 |
| 主辦者開放報到後，參與者便可至活動頁面完成報到程序 | https://lh6.googleusercontent.com/WcgFY0S9dxETJWidU2Wog9Mp9LpeFkyqC4vDyBP3Z1PptOy4CeW02neGntmmoUMS9mqQqv0XdGOy6zWqvI6cy4w-2jvpe5SoBX5JR8rsO7OVeF9MngsDqpywAQviDUg0qfKDXMTa |

1. **參與人：**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **操作流程** | 1. 報名活動 | |
| 於首頁點擊欲參加之活動 | https://lh3.googleusercontent.com/waByLl1piC7Y4TcWYDlvRzFqtof7xze3Cd78DRX2Wl1DpGtkbt3fALcRfNV3DSDXn-3tK1ulR0TvEYjD575LwilworVWFUtA8DVG9MIla8gKuabjYI9aUX6fe9gDS2xghwF_D4au |
| **操作流程** | 點擊報名 | https://lh3.googleusercontent.com/2_rVGMmLo82dlYcVjA8Jy_rfuL6O9IPz_1Si04FegYxt_SGli-yG4YqsLke0fdgfey8xEAUeECmf7p7zfm_nNXiDCmSa5PrcVVnK-W2NO6wt5XAENDXdpeOWnFiHdLmQ9AZoN86A |
| 待申請批准後，收到通知並加入群組聊天室 | https://lh5.googleusercontent.com/V6thfiWpG0U3IEZv9DVqZ-0hswdwHcMKMl7YtobVI-43laRXwQBU-LXzwlR99tZuOgk6F3aWKG8H9G2hs--3Dp7Wl4cTMJ1tCdUx4Pysy4CmGe_Y0LrK6Ff2Z_aKkKpUETUJPaL2 |
| **操作流程** | 1. 查詢活動 | |
| 使用首頁上方搜尋列、分類鈕來搜尋活動 | https://lh6.googleusercontent.com/bAbx6J1UI9riAqjaKhFy68hc82c7l4pgEFDcn8IaV3D8rQI0wQFILlTszNOjQzq2L3p2z3K6lcTWYHmUmFdhv-6yplBkuKLJiO4eWTfV4clMKFKf402VwvUTMzPAdBReMm12xHsj |
| 1. 好友功能 | |
| 1. 可向其他其他使用 者傳送好友邀請 2. 若要聯絡好友，可於首頁左下角進入聊天室頁面 | https://lh3.googleusercontent.com/9OfZApPX8EQaxdMQqromnHKgz-xoew43Rz_FEEe35caGAAp3ZhEAf_NEzl4l76AG-Wx7CNhMGztY3_qJR4JSk2m2Aieiy57xDqCTOP49SpTce8xqcaqVn1efPLhBx7mYQfKKq_HV |
| 即可查看好友列表，並進入聊天室 | https://lh3.googleusercontent.com/tg8W5urXpFL2onNwokCknYEPGP9qoMl_1J7f3fN6QP06mRdFU-nETRqGHGMaV58Mx4V-sWAHegkGqNuAHOI_j64_fjYnbbLg1LxQWC3QtYtlqLyVOhRRSHimc-NhTc49n3pVvy_-https://lh3.googleusercontent.com/wkXzHdfM5LPm-JK9L7Gzvx4tr3kwRtFrOzE-qdKjr1IZoqBxkUfTVk1c83q-Sd3_0X1wrtjickedQwlYh7RwMIO6TgCqmhhR9sNDQ6rmj-SpDz6FuQBM45Fq0gTrK4kOKb5BBU9j |
| 同時，好友舉辦新的活動也會通知 | https://lh6.googleusercontent.com/QXWyAzeB5nsBrUIGCwogM7K9OqAnjYmHXut-hDRM1XCHABIZpf9zckWwcChIDoeIeL4z7LL1Q8P19YAlot_7tUjeUNr-DmEeIw0gTSNUIhDQgUS6ZFYsBG4AGV0ZViQSgRiire6e |
|  | 1. 查看他人頁面 | |
| **操作流程** | 每個用戶都有其個人頁面可以查看，當中包括爽約率、舉辦之活動、評價等內容 | https://lh3.googleusercontent.com/Khh4XjQxZ2OPCkjcrBPnsles6vcivTIANY3slQLqluOOQ0oSTYPi8k4fQ_r73Q72JRmk7n7pXMFc3azTrbu905gHO8vROqB8OF0F5ycW14oRE9cxmp_FmO74TZ1t8Fd3NsJK6jUf |
| 1. 收藏活動 | |
| 點擊活動資訊右上角之按鈕 | https://lh4.googleusercontent.com/5A15seupBPE4Y1zBEcX_WntBTlqtCU8b3CmFIL2evIkdGLTk94Umfg1UxRvMXBw--DpkRtJRXsq3fnabtJZdG4H2tJ5VXJfSxtwT9QdhMnmNtOZEmpY4nit14DAFZlVdrpZ6PnMt |
| 由首頁右下角按鈕進入收藏頁面，即可查看收藏活動列表 | https://lh6.googleusercontent.com/o9NV5eEAjmvLTTl4E0sJkaQ2uBDruvazYVPojYqPXNWKvzyel5TZdGawW2syWsUZxFWi2vHEbnIOaCA5CkH28F6HoBUe5h5Q40OSxYMj7-5wvJdWHlo2QPF9jzo4BuHc041AirEh |

# 系統測試

# 系統特性

# 系統軟硬體需求

# 資料字典

# 未來展望

我們預期此平台會使用在中小型活動，主要性質為朋友團聚和陌生人揪團，此外無論是商家想要投放廣告達成行銷目的，或是使用者想要瀏覽活動歷史紀錄都可透過這個平台達成，而使用者也可在活動後和更多人產生聯繫。以主辦人舉辦活動為例，在填寫完活動詳細資訊後，主辦者即會收到參與者的申請，而主辦者可依照參與者的評價來決定是否讓該參與者加入活動，再者，主辦者也需設定活動報名截止期限，免得參與者在活動期限過後仍可報名。而活動結束後，所有參與活動者皆可發起評論作為回饋，也可對主辦者評分供其他使用者參考。

而本平台在開發完成後，預計未來以下列兩種模式作為獲利來源：

1. 廣告獲利：企業可以付費來利用此平台投放橫幅、彈出等形式的廣告。
2. 合作獲利：將本平台作為導向企業網站的跳板，通過和企業簽訂合約，以由此平台導向其網站之流量、抑或是透過本平台促成的交易量為基準，和企業抽取一定額度的分紅。

除了將上述所提到的功能結合於APP之中，我們也致力將其設計為一個簡單好操作卻又不失其功能性的平台，此外透過將活動歷史紀錄整理供其他使用者瀏覽，能夠增加使用者平時使用此APP的意願，讓此APP不僅僅只在使用者要參加或舉辦活動時才打開。

# 參考文獻

1. Blumler, J.G. & Katz, E. (1974), The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research, Beverly Hills, California, Sage Publications.
2. The News Lens關鍵評論(2019)，O2O喊半天沒人理？看看他們怎麼把它用在行銷與學習上，取自：[https://www.thenewslens.com/article/111898](https://l.facebook.com/l.php?u=https%3A%2F%2Fwww.thenewslens.com%2Farticle%2F111898%3Ffbclid%3DIwAR2g-LKuH31nWz7Ofir_IO6Ao_YBqCXypuj0vUGHvAlSbDYjA2RCxk6Lkcs&h=AT0idEYIqmEFjXp6uCv993rx3fKUr5oBU6jGks-Oz6n_s0CJp2JVuu2SjthjQMMEhZ9554C7kiACddvA0uEd4pLQHcKB11mdXn6mjxLL7r9NHMYKDeo1xYlN04U-TkkeNrKEFg) (存取日期：2020/2/1)。
3. 張郁敏(2018)，O2O決策動機與行為，國立政治大學資訊管理學系博士論文。
4. 陳少莆(2014)，行動裝置與服務體驗對於O2O模式消費者使用意願之影響，靜宜大學資訊傳播工程學系碩士論文。
5. 蘇培豪(2016)，社群媒體行銷的前因及效果之研究－以O2O為例，世新大學企業管理研究所碩士論文。

專案開發授權書

本授權書所授權之專案文件為本專題小組所有成員在國立高雄大學資訊管理學系109學年度第一學期所撰畢業專題文件。

專題文件名稱：

JOIN ME

本小組具有著作財產權之專題成果資料，同意授予*國立高雄大學*，為學術研究之目的以各種方式重製，不限時間與地域。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬性發行權利。依本授權所為之及學術及非商業研發利用均為無償合理使用。

指導教授： （簽名）

專題組員： （簽名）

（簽名）

日期：民國○○○年○○月○○日