

明 新 科 技 大 學

企業管理系

畢業專題研究報告

女王饗樂官網建置與活動行銷分析

學 生：王之筠 陳 昀

羅羽貞 王欣榆

蔡郁倫 楊子萱

指導老師：詹慧雯老師

中 華 民 國 一 百 一 十 五 年 六 月

摘要

隨著電子商務快速發展，消費者的購物模式已逐漸由實體通路轉向線上平台。在此趨勢下，新創品牌若缺乏具吸引力的官方網站，將難以提升曝光與市場能見度。本研究採個案研究法，以隸屬於虎克茶旗下之品牌「女王饗樂」為例，透過 Cyberbiz 電商平台建置其專屬官方網站，並進一步導入行銷活動以拓展品牌知名度。同時結合 Cyberbiz 後台數據與 Google Analytics (GA)進行成效分析，以評估行銷策略之實際影響。

本研究旨在探討新創品牌如何透過自建官網與數位行銷策略，提升品牌辨識度、顧客黏著度與市場競爭力，並提供其他新創品牌在缺乏既有市場基礎下，透過官網建置、互動行銷與數據分析拓展市場及建立長期顧客關係之參考。

研究結果顯示，建置獨立官網有助於強化品牌形象、傳遞品牌故事並累積顧客數據；以 Cyberbiz 平台建置可快速整合電商營運系統，唯有在客製化彈性方面仍有限。此外，透過節慶行銷活動、互動式抽獎機制及導購流程優化，有效提升官網流量、會員註冊數，流量從原本的 112 次到最後有超過 15000 次的觀看，會員註冊數從初始的 17 位到最後總共有 85 位會員及 LINE 好友 46 位。

進一步分析發現，在資源有限的情況下，文案優化與導購設計對提升轉換率影響最為顯著，顯示內容策略在電商經營中的關鍵性。透過數據分析工具可有效掌握消費者行為，並作為後續行銷策略調整之依據。整體而言，本研究驗證了「官網建置結合數據分析」能有效提升新創品牌之營運績效，並建立長期發展基礎。

關鍵詞：電商平台、數位行銷、數據分析、官網建置