

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

網路商店之建置-以微甜食實驗室為例

學生： 張香聖 蘇信泓

鄭雅云 陳儀琚

指導老師：陳永琦老師

中華民國一百零九年十二月十六日

## 摘要

微甜食實驗室是由一對高中就讀餐飲科的學生所創立，當初僅是因為興趣，再加上家中長輩系歡吃甜點，所以才想製作出好吃又健康也不會造成身體負擔的糕餅、甜品跟長輩和親友們分享，後來經由親友提議，開始於臉書（facebook；FB）、Instagram(IG)及 Line 販售，沒想到銷售量總是有一定的規模，而且穩定成長，因此老闆開始思考，或許可以將它當作未來的事業經營。但是現在這個網路通訊時代，微甜食實驗室如果依然只使用臉書（facebook；FB）、Instagram(IG)及 Line 進行推廣與下單，很難創造出更高效益來，再加上現在的烘焙業市場競爭非常激烈，微甜食實驗室如果要脫穎而出，除了倚賴老闆在商品進行創新，製作美味又具差異性的客製化商品之外，藉由服務創新，改善顧客的訂購流程，讓訂購過程更省時及更便利，亦為重要關鍵因素。因此本研究藉由 Wordpress 程式為微甜食實驗室進行網路商店之建置，善用當前網際網路之優勢，改善其經營模式，並於網站上進行節慶行銷企劃案，藉此提高廠商知名度吸引新客群，為其創造更高的經營績效。本研究結論為：1. 烘焙業具有消費群廣、市場飽和，人力需求不平均之特性；2. 善用網際網路優勢，完成微甜食實驗室網路商店之建置，朝全通路邁進；3. 中秋節慶之新顧客訂單高達 87 盒，佔所有訂單之 37%。本研究並依此提供以下建議供廠商參考：1. 善用網路商店統一訂購管道，將人力放在製作產品上；2. 以 GA(Google Analytics)分析網路商店會員購買資訊，進行個人化行銷；3. 提高網路商店搜尋排名，加強節慶行銷並拓展新客源。

**【關鍵字】** 微甜食實驗室、建置網路商店、4P 與 5C 行銷策略