

The background of the slide is a light blue and white composition. On the left, there is a close-up of an open notebook with a pair of glasses resting on it. In the center, a network diagram with interconnected nodes is visible. On the right, a silhouette of a person is shown reading a document. The overall aesthetic is professional and academic.

第八章

電子商務系統

學習目標

- 指出電子商務應用中主要的類別與趨勢。
- 了解電子商務系統中的基本程序，並能舉例說明它們如何在電子商務應用中實作。
- 列舉出電子商務的數種重要元件及網路商店的需求。
- 列舉出幾種電子商務交易市集的企業價值。
- 討論數種電子商務虛實方案的優點與利弊得失。

電子商務基礎

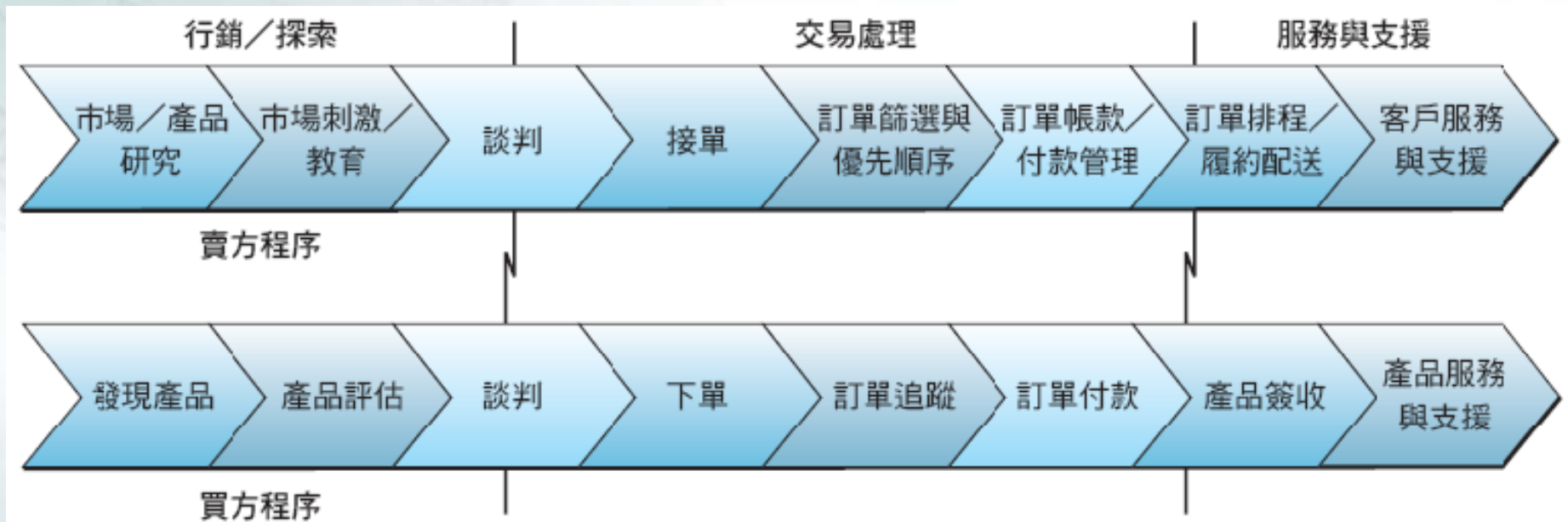
- 電子商務（electronic commerce）涵蓋所有透過網路完成的商業服務過程，並在商業夥伴構築的全球網路協助下成為一個全球市場。
- 真實案例1
 - eBay公司：在對的國家做對的事

Case 1

P3

電子商務的範疇

➤ 電子商務所須的企業流程



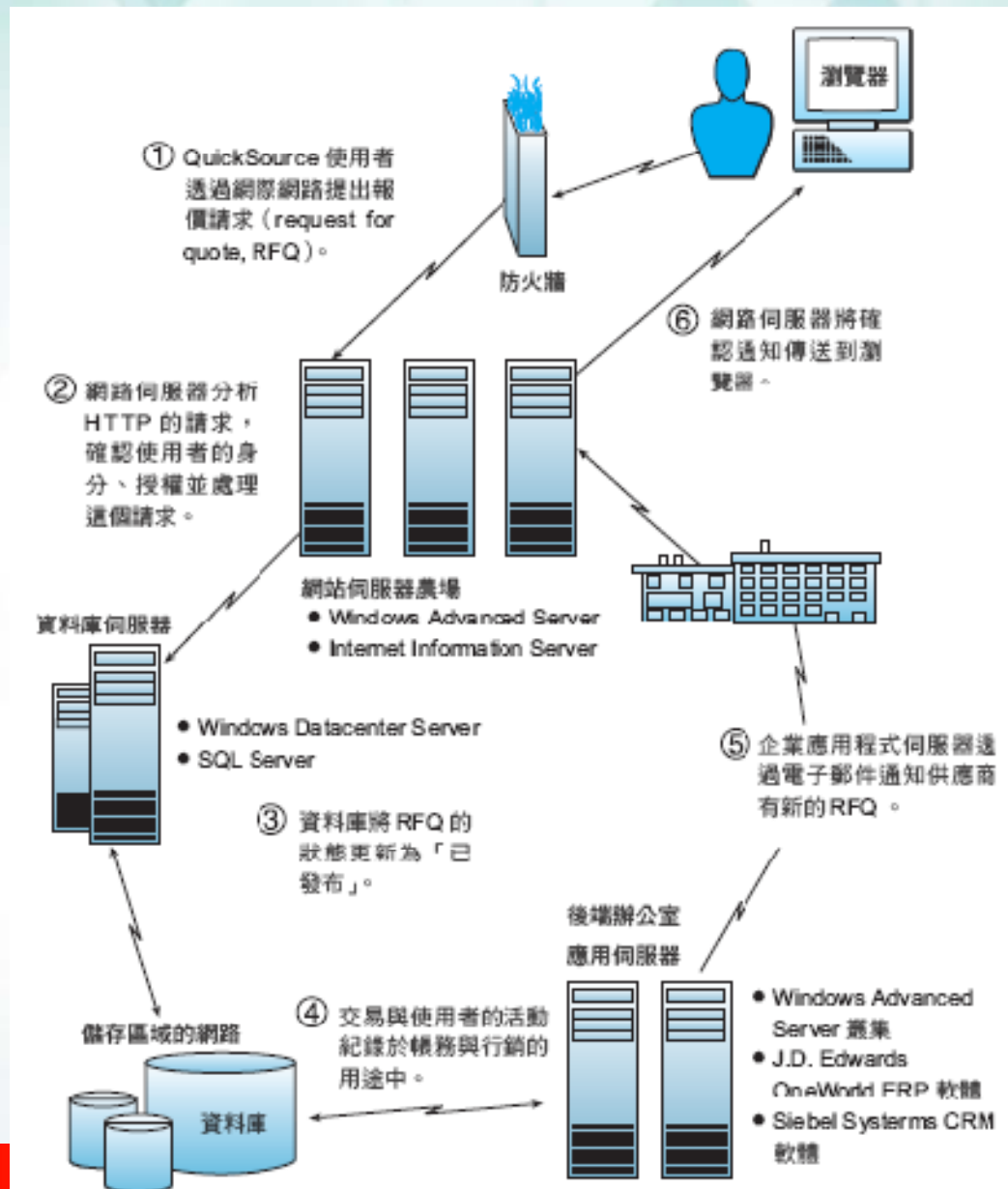
電子商務的範疇 (續)

➤ 電子商務的類型

- 企業對消費者 (business-to-consumer, B2C)
- 企業對企業 (business-to-business, B2B)
- 消費者對消費者 (consumer-to-consumer, C2C)

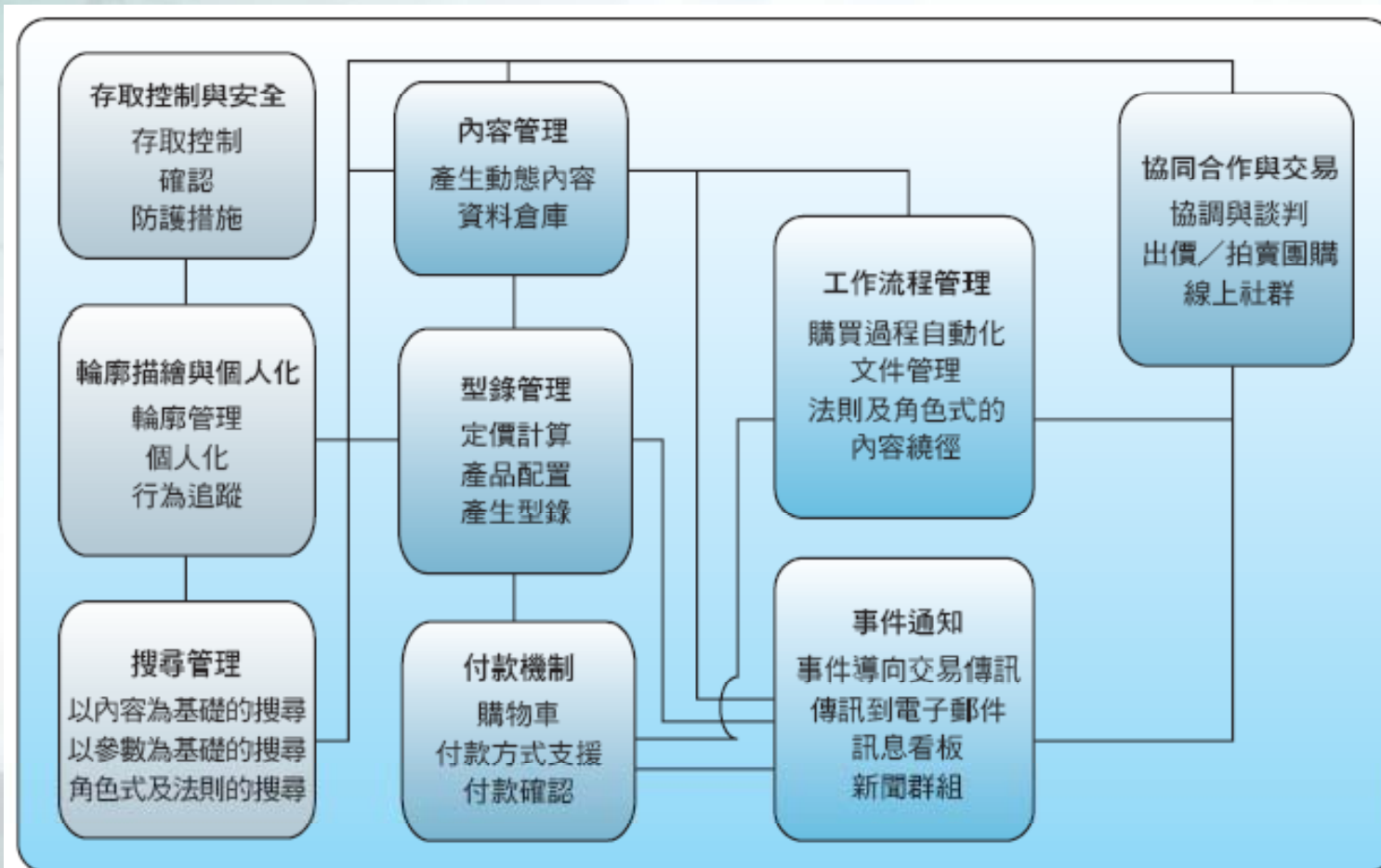
電子商務的範疇 (續)

➤ FreeMarkets 公司以網際網路為基礎的 QuickSource 拍賣服務之基本架構。



電子商務的主要程序

- 電子商務程序架構，強調電子商務程序中的九個重要範疇。



電子商務的主要程序 (續)

- Bselect 軟體蒐集並分析 Supergo Bike Shops 網站的訪客行為，建立個人化的消費者網路購物經驗。



電子商務的主要程序（續）

➤ 輪廓描繪與個人化

□ Supergo Bike Shops：電子商務個人化

- 對於網路零售商而言，提供即時個人化服務成為競爭的必要條件之一。
- Supergo是一家販售自行車及其零件的虛實結合公司，結合個人化系統BSelect可以打造一個專屬每位潛在顧客的網頁。

電子商務的主要程序（續）

➤ 搜尋管理

- 搜尋引擎可能整合各種搜尋技術，包括內容搜尋或參數搜尋。

➤ 內容與型錄管理

□ 凱創系統：電子商務配置

- 使用由仁科公司所設計的eSales Configuration Workbench 網路產品配置工具。
- 能像業務員一樣為客戶推銷服務，介紹產品的特色，分析顧客的需求、預算、與時間限制，並能依據顧客現有的系統，考量相容的產品組合。

電子商務的主要程序 (續)

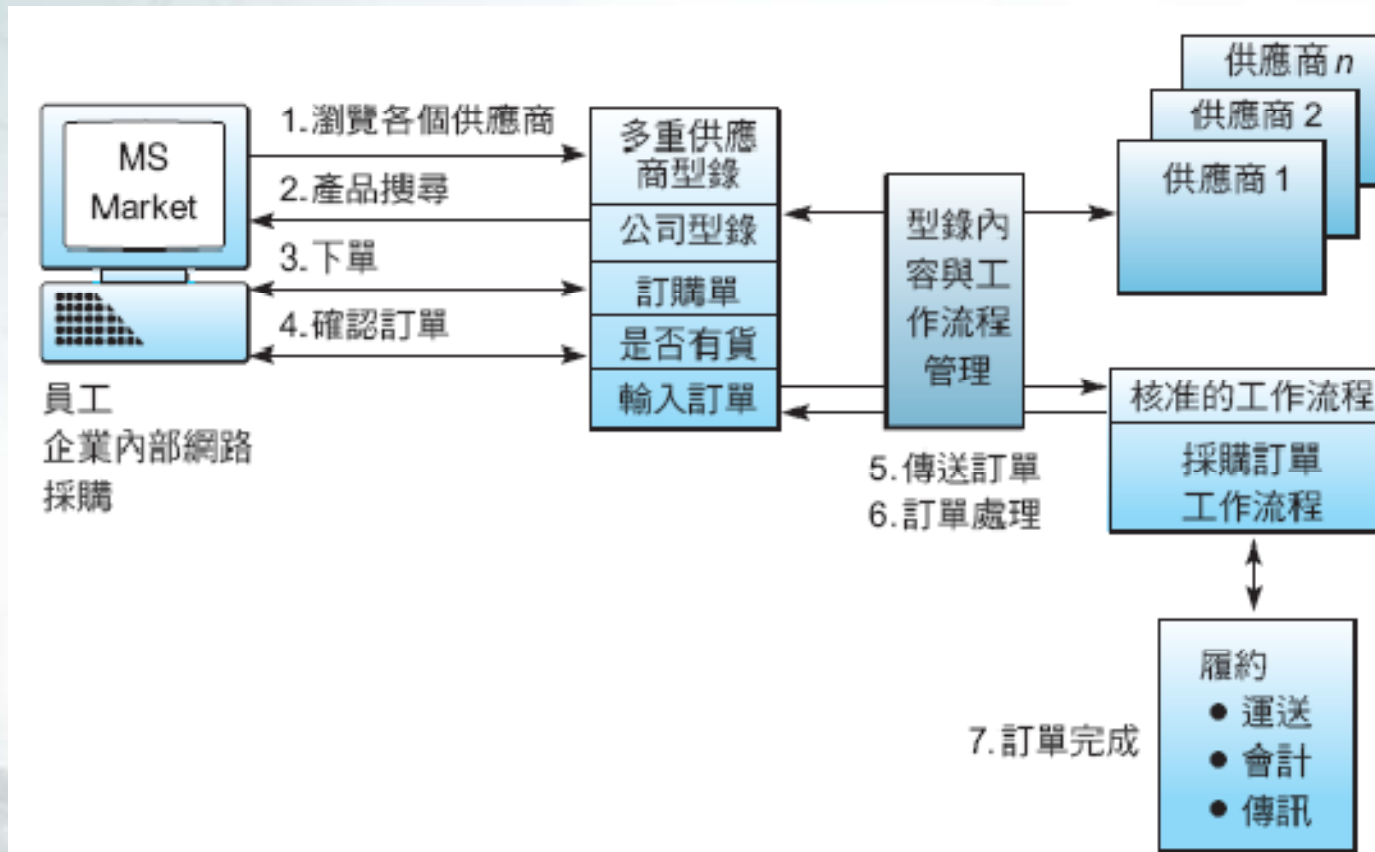
➤ 工作流程管理

□ 微軟：電子商務採購程序

- MS Market 是微軟企業內部網路的內部電子商務採購系統。
- MS Market 大幅降低小額採購人力的管理需求，提供員工更快速、更簡便的原料訂購方式，無需再忍受紙上作業及官僚程序的負擔。
- MS Market 讓員工在系統的控管下，輕易地採買低價商品，也免除了複雜的訂單審核過程。

電子商務的主要程序 (續)

- 微軟的MS Market系統，在網路化採購流程中，型錄／內容管理及工作流程管理所扮演的角色。



電子商務的主要程序 (續)

➤ 事件通知

- 電子商務應用多屬於事件驅動的系統，用以回應大多數的事件。

➤ 協同合作與交易

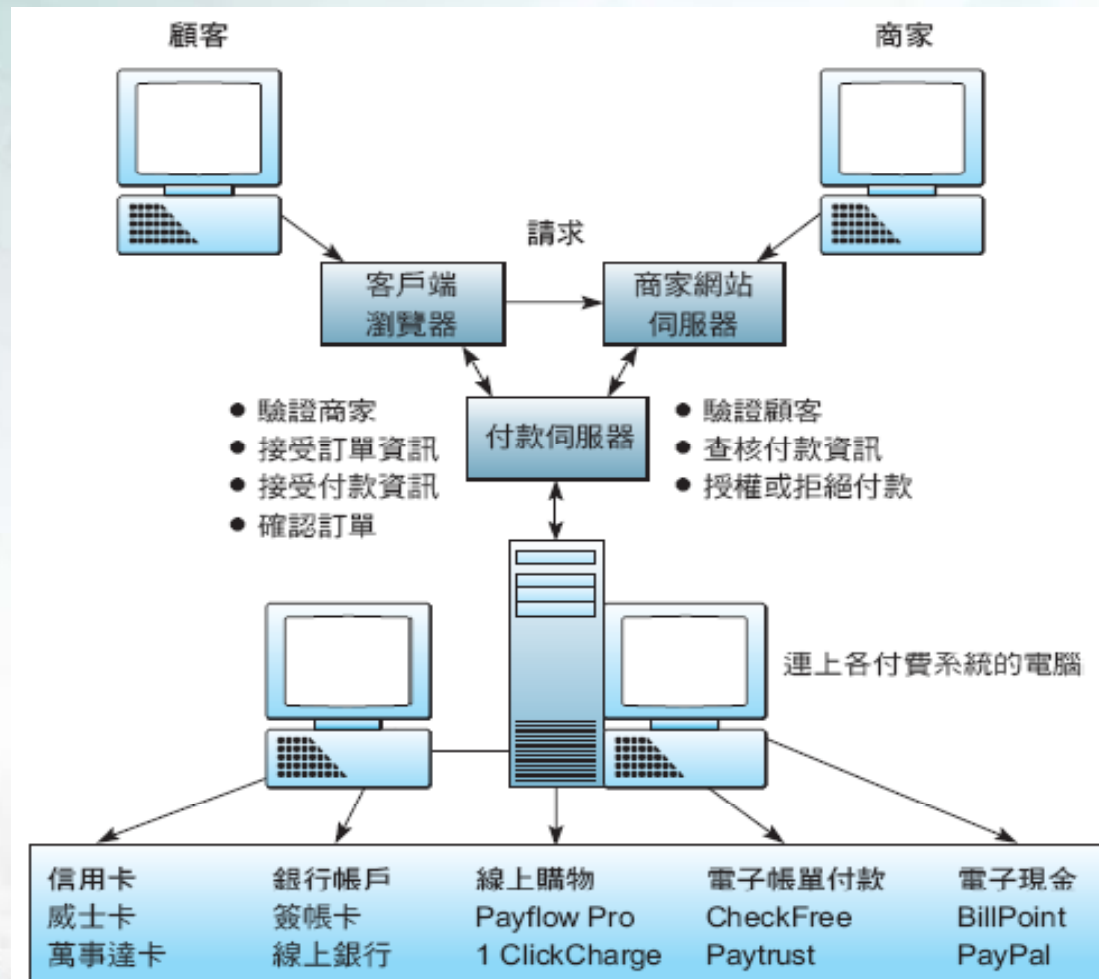
- 興趣社群 (communities of interest)
- B2B 電子商務入口網站
- 網際網路的交易平台

電子付款程序

- 電子付費系統 (electronic payment systems)
- 電子金融轉帳 (electronic funds transfer, EFT)
- 安全的電子付費
 - 將流通於商家與客戶間的資料加密 (編碼與雜湊)
 - 在顧客與商家間信用卡交易的授權予以加密
 - 把較為敏感的資訊離線

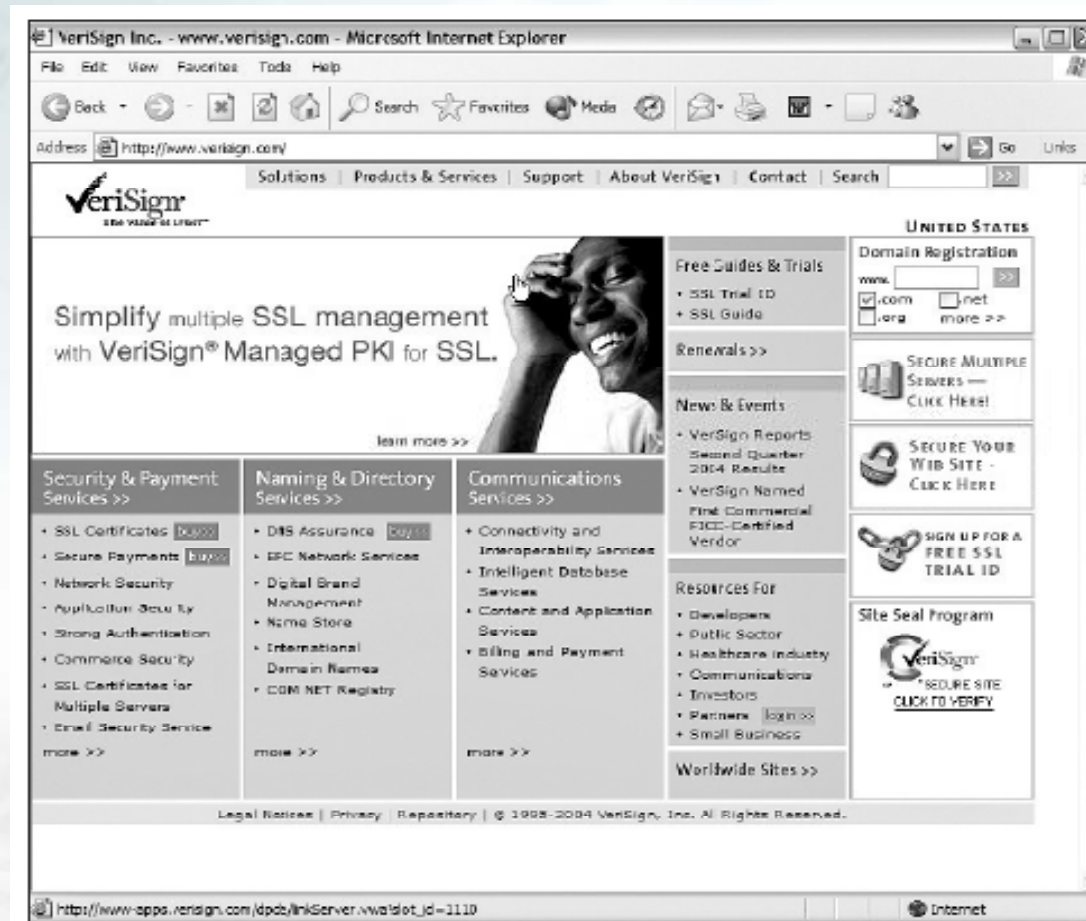
電子付款程序 (續)

▶ 安全電子付款系統的數種付款方式。



電子付款程序 (續)

- ▶ VeriSign 提供電子付費、安全防護，以及各種電子商務服務。



電子商務的應用與議題

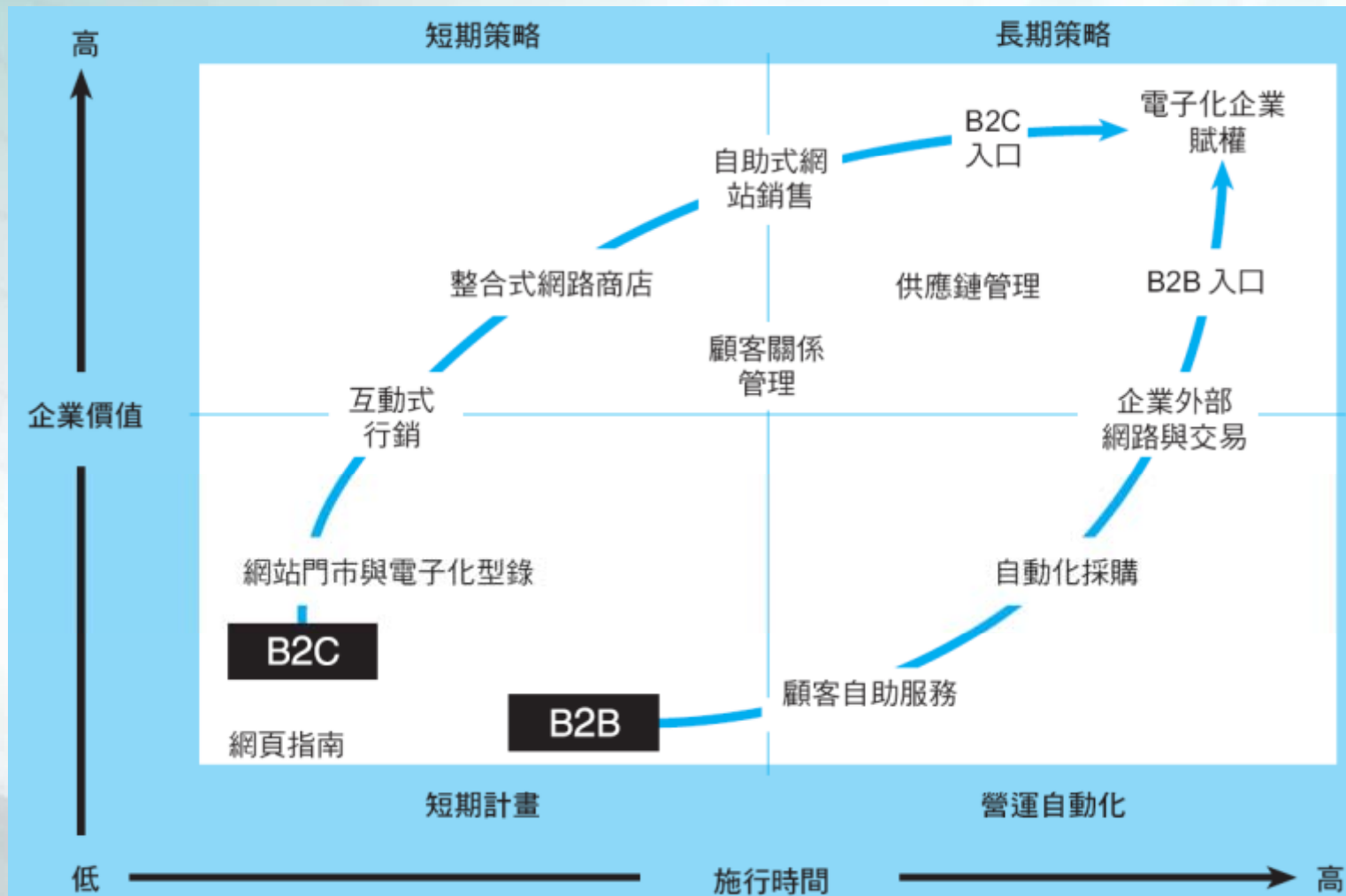
- 電子商務不但改變企業做生意的方式，同時也與顧客建立新的連結管道。
- 真實案例2
 - 以Google與其他公司為例：搜尋引擎的未來

Case 2

P17

電子商務的趨勢

➤ B2C 與 B2B 電子商務的趨勢



企業對消費者的電子商務模式

➤ 創造一個成功的B2C 電子商務企業

- 提供顧客具吸引力產品或服務
- 建立顧客滿意度與忠誠度
- 選擇性與價值、服務與執行效率

企業對消費者的電子商務模式（續）

▶ 最受歡迎的零售網站

最受歡迎的零售網站

- **亞馬遜網路書店：** www.amazon.com

因為消費者偏好在「真實世界」的網站中消費，所以亞馬遜網站可說是個例外，它是購物網站之母，其特色是提供數以百萬計的忠實消費者一個龐大市場，包括書籍、影音產品（錄影帶、DVD、CD）、玩具、廚房用品、電子產品，甚至是家庭園藝用品等。

- **eBay：** www.ebay.com

為電子跳蚤市場中最大的虛擬拍賣網站，從古董、電腦、錢幣到Pez dispensers 糖果盒與棒球卡通通都賣。網站宣稱每月至少有10億次以上的網頁點閱率，同時有數千個同好團體在上千種類別中進行數百萬項的商品交易。

- **Eddie Bauer：** www.eddiebauer.com

Eddie Bauer 是運動休閒服裝界的巨人，它整合旗下所有的零售管道，包括商店、網站和型錄訂購。不論你從哪種管道購買 Eddie Bauer 商品，只要不滿意，消費者可以在任何一家 Eddie Bauer 的分店退貨。這一點倒是值得其他廠商學習。

- **Lands' End：** www.landsend.com

身為一家網路零售業者，這幾季以來，Lands' End 在符合顧客期望方面一直是個佼佼者。其中最棒的功能之一：指定品購物者（Specialty Shopper）。客服代表會利用電話或即時會談的方式，幫你選擇你所想要的商品，並回答你所提出的問題。

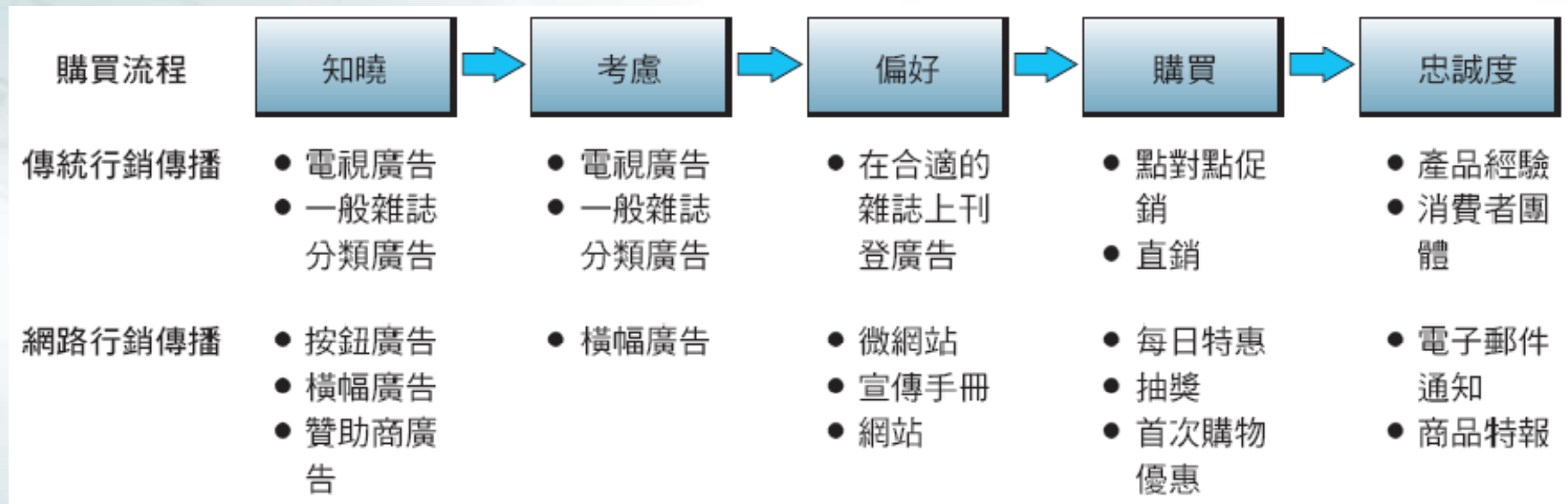
企業對消費者的電子商務模式（續）

➤ 電子商務關鍵成功因素

- 選擇與價值
- 效能與服務
- 網站外觀與感覺
- 廣告與誘因
- 個人化關注
- 社群關係
- 安全與可靠度

企業對消費者的電子商務模式（續）

➤ 傳統行銷傳播與網路行銷傳播在購買流程支援的不同處。



企業對消費者的電子商務模式（續）

➤ 亞馬遜：B2C零售業者典範

- 網站設計理念著重在加速瀏覽及商品訂購，並提供安全、個人化，以及折扣的價格。
- 亞馬遜的搜尋引擎可以迅速且精確地找到你要的貨品，而訂購過程簡單快速、確認迅速、通知正確又有親和力，且交貨即時。
- 在客戶下單以及貨品寄出時，買方都會收到電子郵件通。此外，網站還提供顧客不滿意退費的保證服務。

企業對消費者的電子商務模式（續）

- 發展成功的電子商務企業時，必須考慮如下的網站商店需求。

發展網路商店

- 建置
 - 網站架設工具
 - 網站設計範本
 - 顧客服務設計
 - 主機代管
- 行銷
 - 網頁廣告
 - 電子郵件促銷
 - 與聯盟網站交換網頁廣告
 - 向搜尋引擎註冊

服務顧客

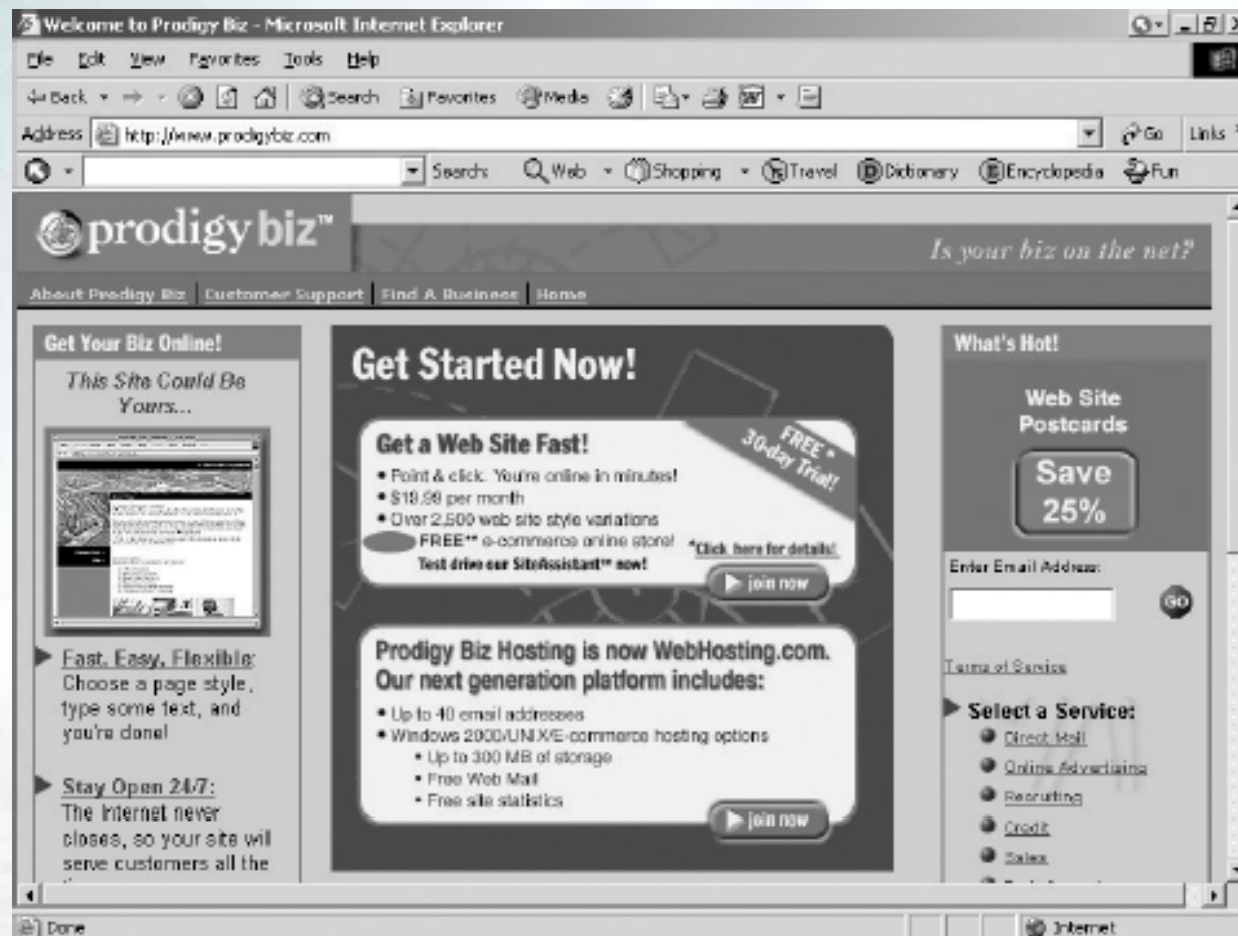
- 服務
 - 個人化網頁
 - 動態多媒體型錄
 - 型錄搜尋引擎
 - 整合式購物車
- 交易
 - 彈性的訂購程序
 - 信用卡處理
 - 計算運費與稅款
 - 電子郵件訂購通知
- 支援
 - 網站的線上輔助
 - 客服電子郵件
 - 討論區及聊天室
 - 連結相關網站

管理網路商店

- 管理
 - 網站使用統計
 - 銷售及庫存報告
 - 顧客帳戶管理
 - 會計系統連結
- 營運
 - 全年無休的網站管理
 - 線上技術支援
 - 網路擴充能力
 - 備援伺服器與電源
- 保護
 - 使用者密碼保護
 - 訂單處理加密
 - 網站管理加密
 - 網路防火牆與安全監控

企業對消費者的電子商務模式（續）

- ▶ Prodigy Biz 是提供零售網站開發以及主機代管的眾多公司之一。



企業對消費者的電子商務模式（續）

➤ NTT/Verio 公司：網站管理

- Verio 提供網站代管公司完整的軟體、運算與網路資源，也提供網路零售業者開發電子商務及網站代管的服務。Verio 也提供小型企業一個名為SiteMerlin的網站快速開發服務。
- Verio 管理一萬家以上的中小型企業網路主機，並與昇陽簽訂網路主機代管聯盟；與甲骨文合作資料庫應用，還提供管理服務給 TerraLycos 等其他網路管理公司。

企業對企業的電子商務

- 商務程序中的批發與供應面
- B2B應用
 - 電子型錄系統
 - 電子貿易系統（如交易與拍賣網站）
 - 電子資料交換
 - 電子金融轉帳
- 整合電子商務活動與企業電子化程式

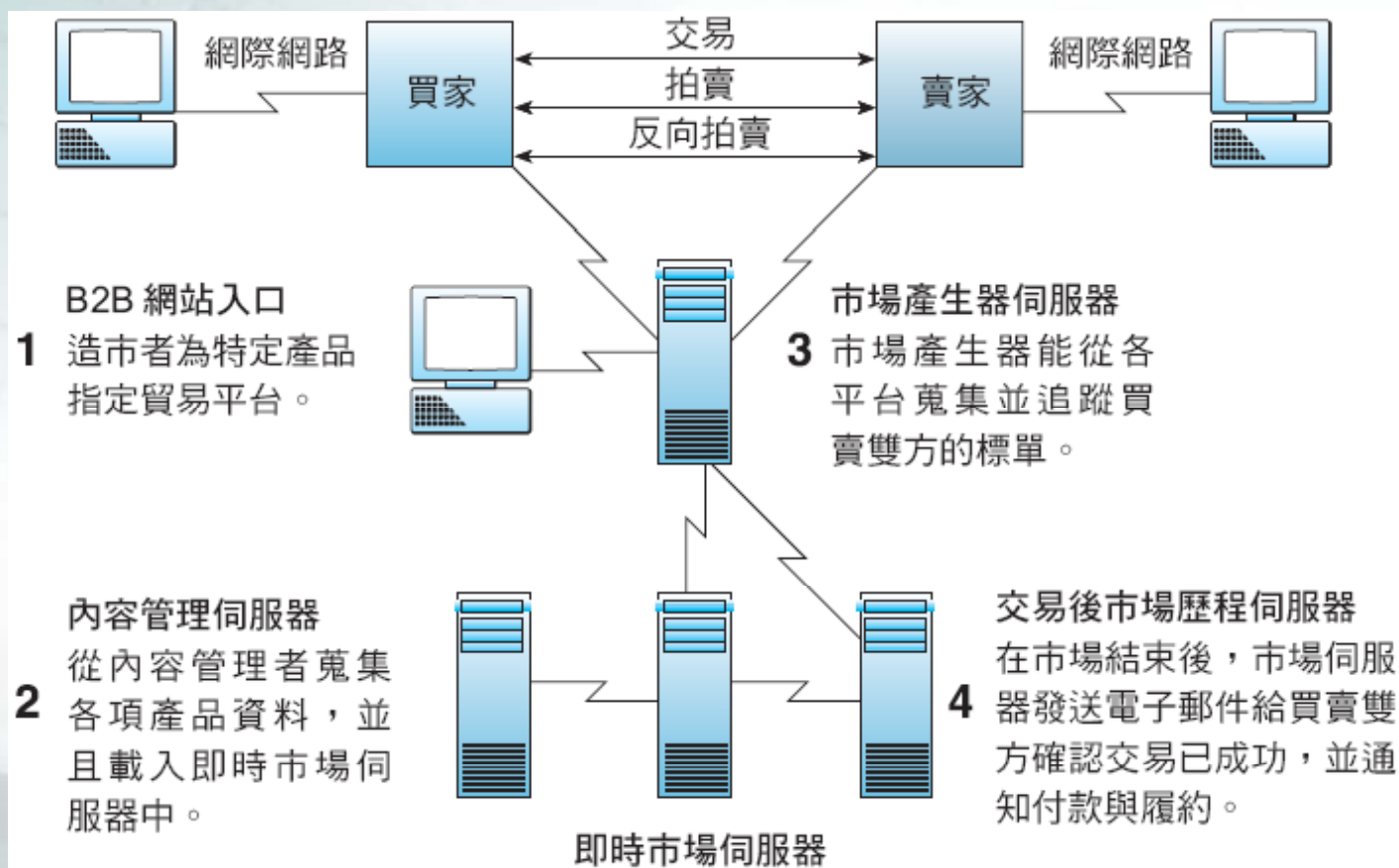
企業對企業的電子商務（續）

► 思科系統：B2B 電子商務市集的成功案例

- 思科的電子商務網站讓合作伙伴能在網上購買路由器、交換器，以及其他建置高速資訊網路時所需的硬體設備，而思科70%以上的銷售都在這個網站上達成。
- 思科的採購系統，提供顧客多樣化的服務內容
- 客戶提供個人化的網頁介面，並利用連絡資訊、技術文件、軟體更新、產品配置工具，甚至是線上訓練與認證課程，來延伸客戶支援的廣度。

企業對企業的電子商務（續）

➤ B2B 電子商務網站入口



企業對企業的電子商務（續）

➤ ChemConnect與HeritageServices：公共與私有的B2B 交易

□ ChemConnect 不只是幫助企業買家節省時間，同時也讓散佈各地的業者有了溝通的中心。根據美國化學學會統計，全球有超過89,000 家的化學製造公司，但ChemConnect 已在舊金山占有一席之地，提供許多廠商與其供應商或原本不認識的買家媒合的商業機會。

□ Heritage 的B2B 線上交易，讓顧客可以選擇服務項目，並且保有自己的交易紀錄，同時也以線上付費方式來加速顧客的付費流程。

電子商務中的虛實結合

- ▶ 公司在考量電子商務企業的整合或分離時，所面對的利益權衡選擇



電子商務中的虛實結合（續）

➤ 發展電子商務通路策略時所需思考的重要問題

發展通路的核對清單

1. 我們想要與誰接觸？
2. 我們希望這些人採取何種行動？是與我們學習、告知他們自身的資訊、提出詢問、從我們的網站上買東西，或是從其他的通路上買東西？
3. 在組織中，誰擁有電子商務通路？
4. 電子商務通路與其他通路一同實施嗎？
5. 我們是否有生產、認可、發表及撤銷的處理步驟？
6. 我們的品牌將轉移到新通路或是需要再調整？
7. 我們如何行銷通路本身？

電子商務中的虛實結合（續）

- 花旗集團：先考量企業議題再談科技
 - 花旗集團投下巨資創辦e-Citi 並寄與厚望，但最後卻走向失敗。
 - 花旗集團主席珊蒂·威爾做了以下的宣布：電子商務需是現存體制的一部份，不能傲慢地試圖推翻原有體制。
 - 後來，公司為高階管理者成立了一個網路營運團隊，藉此來幫助花旗集團分享它的電子化企業科技，並確保他們擁有一個共同形象與感受。

本章總結

➤ 電子商務

□ 九項不可或缺的程序必須建置在所有的電子商務應用上。

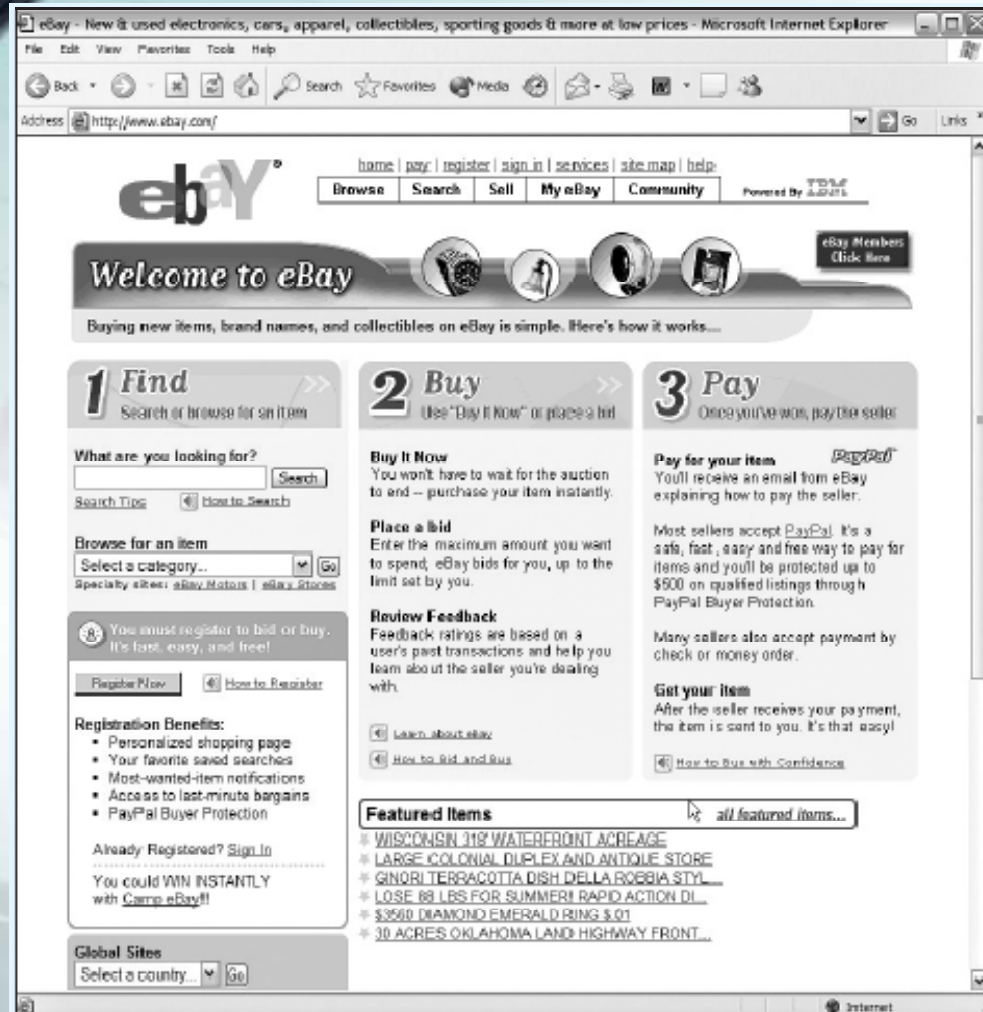
➤ 電子商務議題

□ 企業選擇虛實整合策略以及電子商務通路時，所將面臨的各種方案與其中的利害權衡。

➤ B2C 電子商務

➤ B2B 電子商務

真實案例1：eBay



➤ eBay公司從簡單的構想開始，迄今已成為電子商務霸主。



真實案例1：eBay（續）

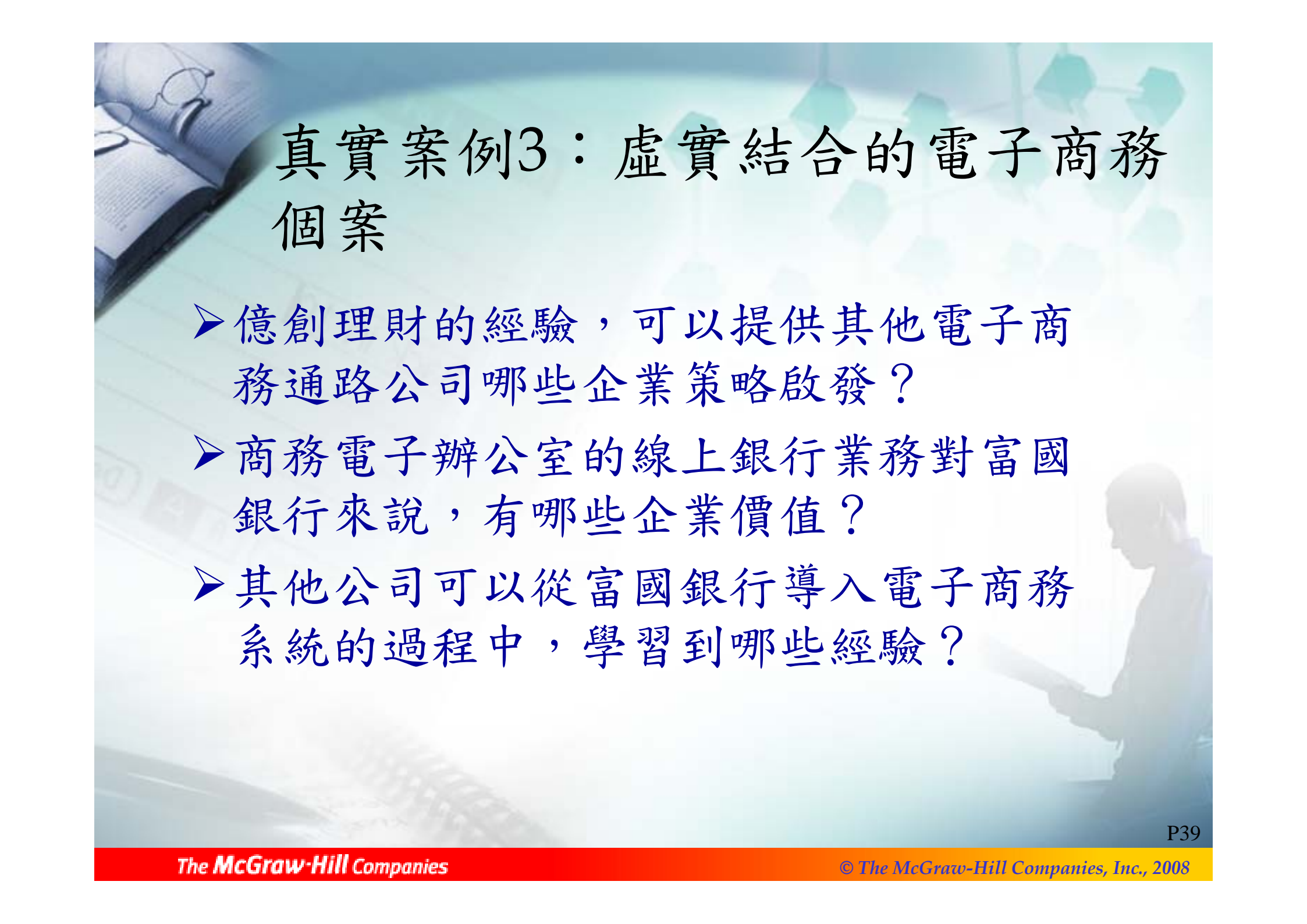
- 為什麼eBay可以建立這塊成功又多元的網路市場？請拜訪eBay的網站尋找答案，並試試eBay的功能與特色。
- 你認為eBay的playbook概念為何？為何將它稱為playbook？
- eBay進軍國際對於長期來說是否屬於一項好的策略？請說明原因。



真實案例2：搜尋引擎的未來

- 促使發展新搜尋引擎的因素是什麼？
- 為何在評估網站的相關性時，人類還是會比精密的搜尋引擎來得好呢？現代的搜尋引擎不包括哪些部分？
- 尋找所要搜尋的字和尋找所要「表達的語言」之間，兩者的差異為何？





真實案例3：虛實結合的電子商務個案

- 億創理財的經驗，可以提供其他電子商務通路公司哪些企業策略啟發？
- 商務電子辦公室的線上銀行業務對富國銀行來說，有哪些企業價值？
- 其他公司可以從富國銀行導入電子商務系統的過程中，學習到哪些經驗？



真實案例4：網路萬能使企業可維持平常的業務

- 驅使微軟與戴爾電腦進行網站升級的主要原因為何？
- 微軟開發以網路為基礎的即時回覆程式，其企業價值為何？
- 關於開發一個成功的電子商務專案，從這個案例中可以學到什麼？