

逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

創意網站 I-Worker

Innovative Website : I-Worker

作者：許庭耀、林子軒

系級：企業管理學系碩士班 98 級

學號：M9806898、M9808901

開課老師：陳建文老師

課程名稱：網路行銷

開課系所：企業管理學系碩士班

開課學年：99 學年度 第 2 學期

中文摘要

還在擔心馬桶壞了找不到人修理嗎?對你找的維修工人放心嗎?會不會一而再，再而三的修理卻還是修不好呢?如果你常常遇到類似狀況，就讓我們的 I-Worker 創新網站幫你找到服務迅速，保證修到好的維修廠商，不管是水電、門窗，還是新家裝潢，只要透過我們的網路平台，一切都不用擔心，因為其他消費者會跟你一起篩選出最棒的廠商喔。

在這網路當道的世代，水電維修、新家裝潢不見得只能透過傳統通路才能找到你要的廠商，因為只要你在家透過網路進入我們的網路平台 I-Worker，然後輸入所需的服務地點，我們就會幫你找出在你區域內的優質廠商!這些廠商都是經過消費者們共同評價而保留下來的優良廠商，你可以選擇你所喜愛的廠商幫你解決需求，直到服務流程全部結束後，同樣地給出你的評價，幫助其他消費者繼續能夠找到優質廠商，或者淘汰那些表現不佳的廠商。

至於對廠商而言，只要你對自己的服務有信心，這網路平台一定會是一個很好的宣傳平台，因為它不需花費你大量的廣告費用，又可找到許多潛在的顧客，穩定的客源能幫助你在經濟不景氣時代突破難關，因為你的好表現只會為你帶來更多的商機。

總之「幫顧客找優質廠商，幫廠商找廣大商機」是我們的最終目的。

關鍵字：創意網站、網路行銷、網路平台

Abstract

Do you worry about that the toilet is suddenly broken and you can't find people to fix it? Do you still worry about the repairer's ability? If you often encounter this situation, let the I-Worker help you quickly to find a services and a good repairing manufacturer. No matter repairing water pipelines, electricity system or new house decoration, you can use our service network and find out what you need.

In this internet age, all these service you can find repairer through traditional way or as long as enter I-Worker website and import the required service location, we will help you to identify high-quality manufacturers within your region. These companies are evaluated by consumers through a common assessment. You can choose your favorite vendors to help you solve the demand, the end of all the service process and give your assessment to help other consumers to continue to able to find quality vendors, or eliminate those underperforming companies.

As for manufacturers, as long as you have confidence in you services, this network service will be a good publicity platform. Because it will not spend you a lot of advertising cost, it can help to find many potential customers. After all " To help customers find quality vendors and help companies find business opportunities "is our the most important goal.

Keyword: innovative website, internet marketing, internet platform

目 次

第一章	前言.....	1
第二章	創業背景與動機.....	2
2.1	產業背景與動機.....	2
2.2	專案未來性.....	3
2.3	I-Worker 網站之簡介.....	4
第三章	整體環境分析.....	6
3.1	對照網站-業務幫之分析.....	6
3.1.1	業務幫之優缺點分析.....	6
3.2	以傳統產業為對象進行 SWOT 分析.....	8
第四章	行銷推廣策略.....	12
4.1	I-Worker 互動平台之 STP.....	12
4.1.1	市場區隔(Segmentation).....	12
4.1.2	選定目標市場(Targeting).....	12
4.1.3	產品定位(Positioning).....	12
4.2	具體推廣策略.....	13
第五章	營運模式分析.....	15
5.1	I-Worker 公司簡介.....	15

5.1.1	I-Worker 公司營運成本.....	15
5.1.2	財務狀況.....	17
5.2	人員分配與進度規畫.....	18
5.2.1	組織人員規畫.....	18
5.2.2	創業工作時程表.....	19
第六章	結論與建議.....	20



一、前言

還在擔心馬桶壞了找不到人修理嗎?對你找的維修工人放心嗎?會不會一而再，再而三的修理卻還是修不好呢?如果你常常遇到類似狀況，就讓我們的 I-Worker 創新網站幫你找到服務迅速，保證修到好的維修廠商，不管是水電、門窗，還是新家裝潢，只要透過我們的網絡平台，一切都不用擔心，因為其他消費者會跟你一起篩選出最棒的廠商喔。

在這網路當道的世代，水電維修、新家裝潢不見得只能透過傳統通路才能找到你要的廠商，因為只要你在家透過網路進入我們的網路平台 I-Worker，然後輸入所需的服務地點，我們就會幫你找出在你區域內的優質廠商!這些廠商都是經過消費者們共同評價而保留下來的優良廠商，你可以選擇你所喜愛的廠商幫你解決需求，直到服務流程全部結束後，同樣地給出你的評價，幫助其他消費者繼續能夠找到優質廠商，或者淘汰那些表現不佳的廠商。

至於對廠商而言，只要你對自己的服務有信心，這網路平台一定會是一個很好的宣傳平台，因為它不需花費你大量的廣告費用，又可找到許多潛在的顧客，穩定的客源能幫助你在經濟不景氣時代突破難關，因為你的好表現只會為你帶來更多的商機。

總之「幫顧客找優質廠商，幫廠商找廣大商機」是我們的最終目的。

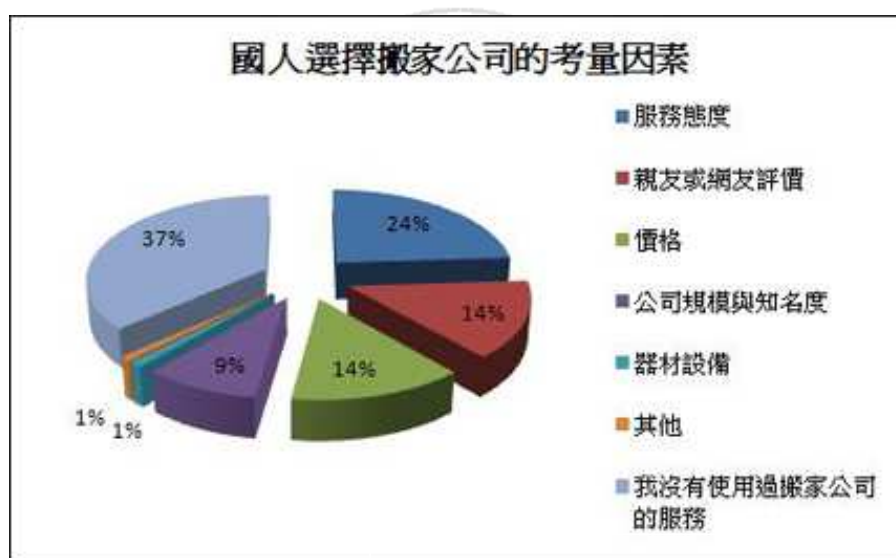
二、創業背景與動機

2.1 產業背景與動機

2009年3月29日新華網報導了一篇關於家庭裝修的專題，提到許多民眾認為家庭維修過程是項艱難的任務，因為不論是施工品質、價格、還是完工日期..等等，往往都需要與廠商一再週旋且勞心費力的確認。而在業界內又有許多潛在的商業規則存在，若是不了解這些潛在規則，消費者通常都只能吃悶虧、損失自己的權益。新華網此篇報導提到業界內的四項潛在規則，分別包含了低價攬客高價結款、買材料拿回扣、契約上玩花樣售後服務難落實、施工方工程延誤找借口。而買方與賣方間的資訊不對稱，更是讓這些潛在規則層出不窮。由此可見，消費者若是沒有經驗就容易變成冤大頭，價格被廠商亂哄抬、品質沒有達到預期、工程期限一再延誤..等狀況會不斷的持續發生，難道消費者每次碰到家庭裝修的問題真的就要如此勞心費力嗎？

2009年Pollster波仕特線上市調針對台灣民眾在選擇搬家公司的準則為何進行研究調查，發現使用過搬家公司的消費者最重視的是搬家公司的「服務態度」達23.97%，其次是「親友或網友評價」14.55%，最後才是「價格」13.76%。由此次調查我們可以發現，與家庭裝修同樣隸屬服務業的搬家公司，民眾最重視的還是服務品質，也就是所謂的服務過程，至於價格方面只要合理不要有太大差異，都還是消費者可以接受的。

因此，本組參考了此項調查結果，整合了「服務態度」、「親友或網友評價」兩大特點，在平台內利用網友的評價篩選機制，篩選出具有優質服務的廠商，然後淘汰那些表現不佳的廠商。這樣的過程，除了讓消費者可以在有需求時迅速找到優質廠商外，也可以讓這個市場的主宰者不再只是單單落在其中一方。當然對廠商而言也不全然無益處，若是能夠通過眾多消費者的考驗，必定能夠建立一個具有穩定客源的舞台。如此一來便能達到「幫顧客找到優質廠商，幫廠商找出廣大商機」的行銷目的。



資料來源:Pollster 波仕特線上市調

圖、國人選擇搬家公司的考量因素

2.2 專案未來性

透過網路評價篩選廠商及區域性服務的概念，其實不只是在家庭裝修市場可以如此運用，像搬家公司、門鎖更換等類似性質的中小型服務業皆是未來可以納入的服務項目，並結合目前正在發展的智慧型手機，讓消費者可以在其最需要的

時候，迅速找到所需的廠商亦可以迅速獲得其所需的服務。而對於廠商來說亦可以不用再耗費大量的廣告預算，只要其有優質的服務內容、合理的價格就可以在該產業、該區域中出線。

2.3 I-Worker 網站之簡介

本網站的創始概念來自業務幫(<http://www.salesparty.com.tw/>)，並經由逢甲大學企管系陳建文老師的提點與指教，構想出此次專案 I-Worker 網絡平台。而業務幫網站的概念是「幫客戶找業務，幫業務找顧客」，也是本組所參考的主要精神。另外，本組期盼整合 google 的地圖收詢功能、Yahoo 拍賣的互動評價機制、無名小站的排行榜及業務幫網站的主體精神，而建構出 I-Worker 網路平台，讓買方與賣方之間能夠形成雙贏的局面。

網站的收入則採會員制，賣方須經過初步篩選並登記成為會員。每個區域皆有固定數量的廠商數，數量則依行政區域大小來決定，此法有助市場取得平衡且不會因此而過於飽和或氾濫。另外，篩選機制對於本平台尤其重要，廠商會經過三個程序的篩選，初步是經過本平台的認定，衡量所在的區域性、專業能力等，第二步是三個月到半年的試用期，利用與網友的互動、網站的更新等準則衡量廠商是否用心經營，最後則是在透過消費者所給的評價來確認廠商的適用性。

而消費者的服務流程從一開始的註冊會員、輸入所需服務地點、選擇服務廠商、發出通知、服務完成給與評價為一個完整的程序，當然不只消費者能給與評價，廠商也能給予消費者相同的回應，以讓其他廠商可以參考，讓整體市場機制

創意網站 I Worker

能夠更公平且完整。



三、整體環境分析

3.1 對照網站-業務幫之分析

業務幫的互動網路平台起源於一群中正大學的碩博士畢業校友，「幫客戶找業務，幫業務找顧客」為其主要精神，期盼扭轉傳統讓業務來找客戶的行為模式，讓有需要的客戶能夠主動出擊並有效率的找到所需的業務員，同時也讓有能力的業務員多了一個新的通路傳達自己的能力展現。此平台的觀念類似台灣的 104 人力銀行及中國的阿里巴巴網站，主要差異在於客群是 Sales。

業務幫的初期是以房仲業、保險業、汽車業、金融業四大派為主要對象，目前網站將金融與保險整合為一類，另新增了科技資訊、一般製造、觀光休閒、醫學美容業及服務產業..等，共八大類。2009 年 11 月開始營運，網站的營運模式是向業務人員收取刊登及使用費用，讓廣大的業務族群為其主要消費對象，除了互動平台獲利，也幫助各種類的業務業績不斷提升。

3.1.1 業務幫之優缺點分析

本組在瀏覽業務幫網站後，針對業務幫進行優缺點分析如下：

1. 業務幫-優勢

(1) 行業類別種類多

業務幫目前範疇涵蓋了八大類業務種類，讓消費者可以有更多元的選擇。同時也讓更多不同行業別的業務員能夠運用此互動平台。

(2) 各行業類別之即時資訊提供

在各領域中，業務幫網路互動平台隨時提供最新的新聞訊息，幫助業務會員、消費者能夠看到該領域最新的訊息動態。

(3) 各網頁皆提供推薦業務員

網頁中每個連結開啟後，網頁的右方皆會成列出各領域之推薦業務員，讓消費者可以迅速找到業務，而業務也可以增加曝光率。

(4) 結合臉書，創造業務個人化網頁

在各業務員的推薦欄中，皆能夠與個人的臉書結合，幫助業務員能夠提高與消費者的互動性。

2. 業務幫-缺點

(1) 界面繁瑣，所求業務搜尋不易

業務幫主要目的為幫客戶找尋業務員，但在經實際使用過程後發現，不論是關鍵搜尋或是種類找尋，所出現的大多是相關新聞訊息，想找尋該需求類別的業務員資訊則是少之又少，且右方的推薦業務員也不全然是所定目標欄之業務。簡而言之，並沒有清楚明瞭的網頁規畫。

(2) 評定業務機制無明確公告準則

雖說由各消費者進行評定，但網頁內並未見消費者給予評價之內容，僅簡易呈現最終分數。

(3) 會員業務個人網頁完成度低

互動平台提供了業務會員建立類似個人網頁的界面，包含了最新動態、網誌、照片等等，但在經過實際操做過後，發現有許多會員並無任何的資料，甚至評分高、首頁所推薦之業務員也都無任何訊息，因此失去了網站原本的美意，也凸顯出網站篩選會員的執行力較低。

綜合以上業務幫之優缺點分析，本組可以參考其概念精神，並從其缺點中加以改進，包含了收詢功能及評定機制都是本組所需更仔細規劃之項目。另外，仿效業務幫起初以小範圍開始運作，像是以縮小區域的規畫、減少服務的項目等等，以建構本組之創意網站 I-Worker 互動平台。

3.2 以傳統產業為對象進行 SWOT 分析

在經過對照網站優缺點分析後，本組期盼參考其經營模式而建立 I-Worker 的互動平台。至於競爭對手則仍然以家庭裝修之傳統產業為對象，包含私人的企業、B&Q..等實體通路，因此以傳統通路產業為對象進行 SWOT 分析，如下：

1. 優勢(strengths)

- (1) 快速搜尋功能：以地址、關鍵字、區域..等搜尋類別方便消費者迅速找到最適配的廠商，能夠大大降低消費者的時間成本
- (2) 提供完整的資訊內容:當消費者進行收詢時，網站能夠迅速且完整的提供資訊供消費者進行比較並參考使用。訊息內容

包含互動評價、商家規模及相關資訊、地圖位置。

- (3) 嚴謹審核機制：針對申請會員的店家，網站進行第一手的監督審核，而後有試用期衡量廠商是否用心經營，之後則繼續以消費者評分做追蹤，期盼透過嚴謹的衡量機制，選出最優質的廠商。

2. 劣勢(weaknesses)

- (1) 初期篩選廠商不易:營運的起初，只經過本網站的初步篩選，可能在品質管理方面，仍有待評估。經過渡期後，逐步評估機制完成後，便能有效改善。但對營運初期卻充滿了變數。
- (2) 網站曝光度不足:該如何有效增加網站曝光度為本平台所需加以思考的，此也為營運初期有需努力的方向。

3. 機會(opportunities)

- (1) 網際網路的發達:網際網路的成熟有助於店家和消費者快速獲得資訊，並做出即時反應。
- (2) 宅經濟發酵：現在消費者的型態和以前已經有些不同，一部份的消費者依賴網路的程度極高，這樣的服務可以符合他們不用出門的習慣。
- (3) 網路裝置多樣化：民眾能有多種上網方式的選擇，特別是智慧型手機的

普及，上網就像打電話一樣容易。

4. 威脅(threats)

(1) 消費者仍較信賴傳統口碑行銷：由於本網站的營運模式屬新興起的行

銷模式，對一般來說民眾還是會有所顧慮，

該如何改變消費行為模式為一重要關鍵。

(2) 相似網站的產生：相信若是本互動平台有成功的行銷模式，接續會有許

多網站陸續跟進，該如何建立進入障礙，提升核心能力

為重要議題

表、I-Worker 互動平台之 SWOT 分析:以傳統產業為對象

優勢 strengths	劣勢 weaknesses
<ul style="list-style-type: none">● 完整的資訊內容，讓消費者能有更多的選擇與比較所需的廠商。● 消費者可快速找到適配的店家，降低時間成本● 嚴謹的評定機制，使消費者欲到優質廠商	<ul style="list-style-type: none">● 初期廠商評定篩選不易，需經一段過渡期● 網站設立曝光度不足
機會 opportunities	威脅 threats
<ul style="list-style-type: none">● 網際網路的發達讓消費者能夠習慣並輕易上手● 宅經濟的發酵● 網路設備的多樣化	<ul style="list-style-type: none">● 消費者仍習慣以傳統口碑行銷為準則做消費行為決策● 相似網站的可能興起

綜合以上 SWOT 分析，可以明確的了解本互動平台初期可能會有一段營運的過渡期，但是等到廠商審核機制完整後，相信使用者也會陸續增加，甚至發揮出群聚效應，另外，加上智慧型手機的普及，讓網路使用必然不會受到時間地點

限制，這也讓本組的創意網站會有更多潛在人群使用。

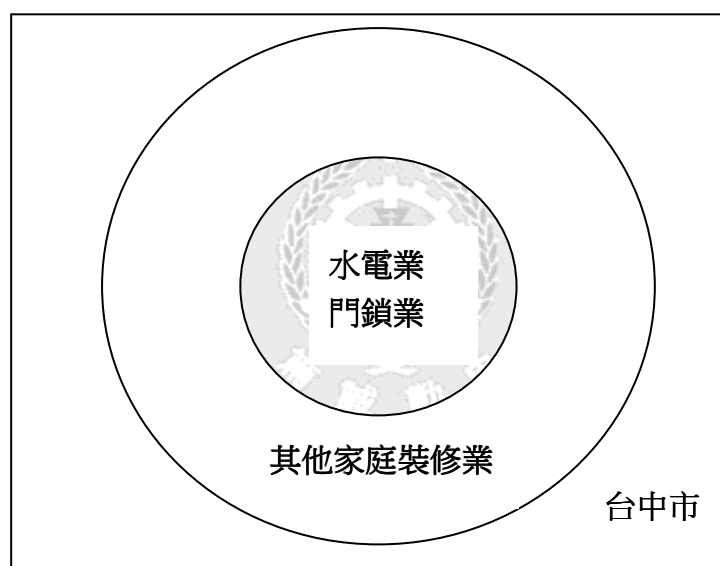


四、行銷推廣策略

4.1 I-Worker 互動平台之 STP

4.1.1 市場區隔(Segmentation)

首先 I-Worker 互動平台由於收費對象為各家庭裝修廠商，因此將以各家庭裝修廠商為市場區隔對象。此外，本組期待營運初期以台中市為主，且選出水電業及門鎖業兩大消費者較常使用的種類為主要類別。



圖、I-Worker 市場區隔圖

4.1.2 選定目標市場(Targeting)

目標市場以台中市各水電業及門鎖業為主要對象。

4.1.3 產品定位(Positioning)

本網站收取之費用，在與其他類似刊登廣告網站之收費標準(例:租屋、104)比較後，收取中價位的產品定位。

4.2 具體推廣策略

本階段透過 Rogers 的 AIETA 模式進行說明，將知曉與興趣整合，因此共分四個階段的具體方案說明，如下：

➤ 第一階段：知曉+興趣 階段

重點：在營運初期，最重要的是增加平台的曝光率

方式：

通路	方式	對象
大型入口網站	刊登廣告、購買關鍵字	消費者、廠商
臉書	成立粉絲團，提供即時訊息，且有助官網與 FB 之結合	消費者
智慧型手機	與行動業者合作，進行簡訊發送	消費者
水電工會	在不同的地理區域舉辦說明會	廠商

➤ 第二階段：評估 階段

重點：讓消費者、廠商願意開始使用 I-Worker

方式：

對象	方式
廠商	✓ 提供測試刊登服務(三個月)
	✓ 降低入會費之標準(三個月)
消費者	✓ 提供使用服務並給與評價後即可參加抽獎活動
	✓ 發放消費優惠卷
	✓ 提供智慧型手機用戶，透過簡訊獲得消費優惠

➤ 第三階段：試用 階段

重點：留住消費者與廠商

方式：

對象	方式
廠商	✓ 前 100 家審核通過店家，給於整年會費部分減免。 ✓ 以年為單位簽訂契約(若評價未達標準即終止合約)
消費者	✓ 透過 I-Worker 互動平台使用次數達一定標準，可成為網站 VIP 會員，在每次服務時得享折扣 ✓ 介紹朋友使用 I-Worker，可累積點數，達一定點數可成為網站 VIP 會員

➤ 第四階段：接受 階段

重點：建立長期的夥伴關係

方式：

方式	說明	對象
建立完整審核制度，保持好的網站品質	建立店家和消費者對網站的信心，讓廠商與消費者皆信任網站的制度和品質水準	廠商、消費者

五、營運模式分析

5.1 I-Worker 公司簡介

企業名稱	I-Worker 股份有限公司	成立時間	100 年 4 月 1 日
主要營業項目	網路互動平台	行業別	服務業
公司地址	台中市西屯區 xx 路 XX 號 1 樓	電話	04-xxxxxxx
		傳真	04-xxxxxxx
網址	www.I-Worker.com.tw		
聯絡人	林子軒	職稱	總裁
E-mail	I-Worker@hotmail.com		
公司負責人	許庭耀	職稱	總裁
資本額	250 萬	員工人數	5 人

5.1.1 I-Worker 公司營運成本

● 硬體設備成本

硬體設備分 5 年攤提，每個月的折舊費用為 3584 元。

品項	單價(元)	小計
電腦設備	25000	125000 (5 台)
辦公桌椅	2000	10000 (5 組)
辦公室裝潢	50000	50000
雜項	30000	30000
	Total	215000

5.1.2 每月營運成本

辦公室租金	10 萬
網路開店租金	1500 元/月
人事費用	5*4 萬=20 萬(每月)
活動行銷費用	15 萬
水電雜支	3 萬
折舊費用	3584 元
<hr/>	
每個月支出	485084 元

說明:

預計租借西屯區逢甲大學育成中心做為營運中心，因此概估租金在 10 萬元以內，等營運穩定並提升後再進行擴張。另外，將透過專業廠商租借網路商店此預算在每年租金 1 萬 8 千元(每月 1500 元)。至於活動費包含入口網站關鍵字廣告三組共 24000 元;簡訊廣告 6 萬封 48000 元，優惠卷折扣概算 78000 元，因此活動行銷費用共計 15 萬。

● 資本額概算

資本額=硬體設備費用+每月營運費用*4

$$=215,000+481,500*$$

$$=2,141,000$$

創業資金預計為 250 萬，五位合夥人，每人出資 50 萬

5.1.3 預估未來財務狀況

表、I-Worker 損益表

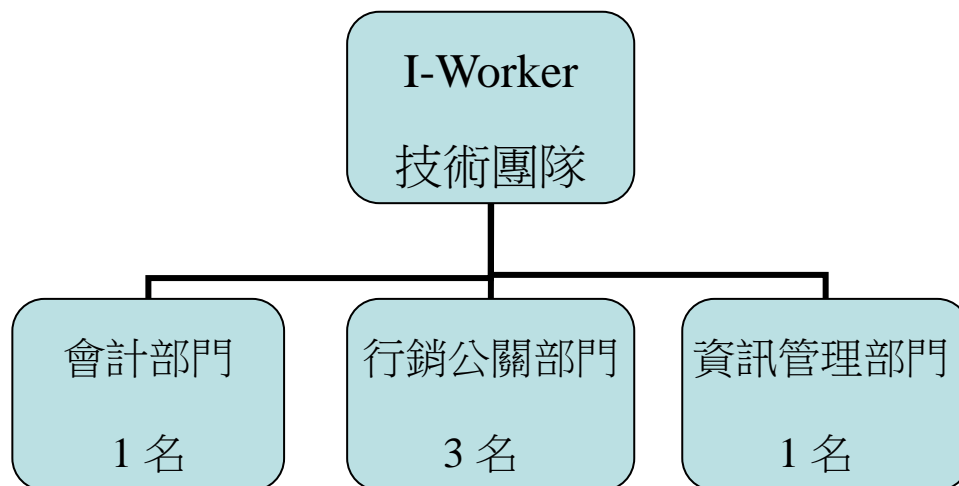
300 家	2012Q1	2012Q2	2012Q3	2012Q4	2013Q1	2013Q2	2013Q3	2013Q4
營業收入	0	1200000	1800000	1800000	1800000	1800000	1800000	1800000
營業支出	1444500	1444500	1444500	1444500	1444500	1444500	1444500	1444500
毛利	-1444500	-244500	355500	355500	355500	355500	355500	355500
電腦設備	125000							
辦公桌椅	10000							
辦公室裝潢	50000							
雜項	30000							
淨利	-1659500	-244500	355500	355500	355500	355500	355500	355500
累計	-1659500	-1904000	-1548500	-1193000	-837500	-482000	-126500	229000

說明:

在經由財務報分析後，以每個月收取廠商 2000 元的會員費用，廠商平均數量 300 家的狀況下，本公司會在第二年的最後一季 Q4 開始轉虧為盈，仍屬值得投資的產業。

5.2 人員分配與進度規畫

5.2.1 組織人員規畫



說明:

- 會計部門: 薪資發放、財務運算、內部人事相關事務..等
- 行銷公關部門: 宣傳活動、客戶接洽、顧客服務...等
- 資訊管理部門: 建構與管理網站、線上即時回應...等

由於創業初期屬於過度期人員短缺，因此並沒有設立人事部門，因此暫由會計部門兼處理人事部門的事務。另外，預計由行銷公關部門兼處理客服問題，而可能因為初期較為繁忙，因此規畫為 3 名。另外，資訊管理部門則為 1 名。公司整體共計分為 3 個部門，5 名人員，為營運初期主要組織人員架構。

5.2.2 創業工作時程表

開辦時間表	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
辦公室裝潢	裝潢						
企案規劃		公司營運方針規畫					
人員培訓			員工培訓				
宣傳期			入口關鍵字廣告&簡訊廣告&說明會				
開業							正式開業

說明:

- 裝潢：進駐新租用辦公室，進行簡單裝修，設備擺設，風水加持。
- 企案規劃：針對網站主要營運項目和範疇，建立文書描述。
- 人員培訓：對未來的工作項目模擬訓練。
- 宣傳期：各大入口網站使用關鍵字搜尋、配合手機簡訊宣傳、成立臉說粉絲團和到各個公會舉辦說明會。
- 開業：正式開始營運。

六、結論與建議

有這項點子是鑑於目前市面上資訊不透明和想要藉由網路這項利器，讓大眾更加的方便找到所需要的水電和裝潢店家，加上運用業務幫的營運模型，網站的主要樣貌就大致浮現出來。

有了初步的概念後，緊接著我們進行環境的分析，來去了解大環境現在是否真的有這項需求，經由收集的新聞報告發現，消費者很需要一套清楚方便的服務，然後由市調報導也指出，國人在考量選用店家的主要原因是服務態度、價格、親朋好友評價和公司商譽...等等，綜合以上國人正好需要這樣一套機制由網站和消費大中幫他們篩選優質的店家。用 SWOT 分析網站所面臨的內外條件，發現網站的可行性，選出在其中合適的發展方向和策略，其次，運用 STP 的分析將市場做區隔，把網站的目標族群找出來，並且聚焦在目標上，並且寫下詳細的執行步驟，包括開業前詳細規劃，到開業後要做的事，最後加上完整的財務預估表，推敲出未來兩年之內我們的資金回收計畫。

在未來，我們將會把業務範疇擴大到其它工作項目，例如：搬家公司、開鎖店和瓦斯行...等等，期望將大眾日常生活中可能用到的事物串聯起來，讓民眾生活更加的便利。在組織結構上，預計也會因為業務成長和營運項目增加而擴大公司規模，期許未來有更多的人才加入我們，也希望服務範圍涵蓋全台灣以及加入我們的店家能大舉成長突破千家會員。

參考資料

邱志聖，2007，〈策略行銷分析〉二版

新華網 <http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/www.xinhuanet.com/>

業務幫 http://www.salesparty.com.tw/salesparty/service_about.php

Mr.6 <http://mr6.cc/>

波士特 http://www.pollster.com.tw/Member/Join_Step1.aspx

凱文的網路創業觀察 <http://webman.pixnet.net/blog/post/244602>

