

南華大學第二屆資管專題實務發表論文集

顧客關係管理與銷售分析－以連鎖咖啡店為例

陳玉珊 陳昭萍 彭睦桓

南華大學資訊管理學系

蔡德謙副教授

dtsaih@mail.nhu.edu.tw

摘要

現今資訊化的社會，網路的力量無遠弗屆，各行各業莫不趕搭這班宣傳車，利用網路達成廣告的效益，期能增加公司曝光率、提昇知名度；基於網路的普及與盛行，業者紛紛利用網站的架設，提供資訊的傳遞與線上的服務，以掌握顧客維繫。又傳統業者設計商務網站的介面總是固定的，無法針對不同的顧客群提供不同的資訊。而在競爭激烈的環境下，了解顧客需求且提供個人化服務是企業成功的重要關鍵；提供一種個人化的介面，依不同使用者的偏好提供這些資訊，是提高客戶忠誠度相當重要的工作。

本網站即針對此項特點，提供個人化的服務介面，依照客戶的喜好，給予不同的相關資訊，進而提高顧客使用度。而顧客使用率的增加除了可帶來更大的商機之外，還可以依據顧客所留下的相關購物資料以及喜好資料，設計出不同的行銷企劃；同時搭配完善的管理介面，使得管理者在維繫顧客關係這一環，更能得心應手，進而掌握商業活動的重要命脈，提升公司在市場上的競爭優勢，增加公司商機，獲取最大效益。

關鍵詞：個人化、顧客關係、搜尋、統計分析