

E-marketing Analysis of Thermoelectrics Cooling Devices

郭晉宏、謝其源

E-mail: 9708028@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

The study emphasizes on website marketing and execution of thermoelectro- -nic cooling TEC devices. Many data about website TEC sales are investigated. All the keywords about comparison and searching ratio are studied, and among them three high searching ratio and yet low business competition keyword are selected. The style and tool to build up this experimental website are then determined. The registrations of major web searching engines are surely engaged, and finally the counter is then setup to conduct the experiment. Yahoo Kimo indeed is the most popular and powerful search engine in Taiwan. Data show that 70% of web search belongs and not negligible. During the experiment, the website title and frontpage keyword intensity are essential for the website being searched. The three keywords: TE chips, TE chip products, TE Refrigerator, and must be embedded into the title and content of frontpage logically and reasonably. The statistical data show then the rate of website exposure is significantly increased. The website search ratio of TEC products is about 25%, much higher than of cooling material (7.1%) and air conditioner (1.6%). The high search ratio keyword are proven to be successful to increase the website exposure and enhance dramatically the customer's acquisition.

Keywords : Thermoelectronic Devices ; Thermoelectronic Cooling ; Website Marketing

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書.....	iii	中文摘要.....	iv	英文摘要.....	v
誌謝.....	vi	目錄.....	vii	圖目錄.....	x
目 錄.....	xiii	第一章 緒論.....	1	1.1 研究動機.....	1
1.1.2 論文架構.....		1.2 第二章 基礎原理與研究目的.....	4	2.1 環保意識的崛起.....	4
2.2 熱電元件發展與運作原理.....	6	2.3 熱電元件傳統市場應用.....	6	2.4 致冷晶片系統網路市場現況.....	7
2.5 網站數據統計系統.....	8	2.5.1 Cookie原理.....	9	2.5.2 Cookie、網頁、計數器的關係.....	9
2.6 網站流量增加運用方法.....	15	第三章 研究執行步驟與條件.....	16	3.1 網路市場需求.....	18
3.1.1 市調結果.....	21	3.2 網站規劃.....	22	3.2.1 關鍵字設定.....	22
3.2.2 關鍵字標題設置.....	24	3.2.3 關鍵字密度安排.....	30	3.2.4 網站視覺動線安排.....	33
3.3 架設執行.....	36	3.3.1 程式型平台製作.....	36	3.3.2 網域申請.....	41
3.3.3 網站登錄.....	44	3.4 統計計數器安裝.....	44	3.5 觀察成效.....	48
3.6 分析與探討.....	50	第四章 執行分析與討論.....	51	4.1 統計數據分析.....	51
4.1.1 廣告預算控制.....	57	4.1.2 台灣搜尋引擎使用率.....	59	4.2 行銷執行分析.....	62
4.2.1 網頁標題調整.....	62	4.2.2 內頁密度調整.....	63	4.2.3 搜尋購買詢問度分析.....	65
4.3 實務執行分析.....	69	4.3.1 網域影響排序分析.....	69	4.3.2 附費登錄分析.....	71
4.4 工具使用分析.....	76	4.4.1 網路工具數據分析.....	76	4.4.2 統計型計數器功能升級.....	78
第五章 結論與未來展望.....	79	5.1 結論.....	79	5.2 未來展望.....	80
參考文獻					

REFERENCES

- 參考文獻 [01] 沈國俊 “家用電冰箱最佳化設計之研究”，國立台北科技大學碩士論文，2001。
[02] 陳志恆、楊顯整 “節能材料之開發與使用技術”，工業污染防治第94期，2005。
[03] 鄭欽銘 “使用環保冷媒之小型冷凍系統在不同混合比之性能研究”，國立臺灣大學碩士論文，2003。
[04] 江衍樹 “熱電致冷低溫顯微鏡之研製與應用”，國立臺灣大學碩士論文，2002。
[05] 陳思源 “熱電除濕之冷凝分析與性能改善”，國立成功大學碩士論文，2001。
[06] 鄔竣清 “虛擬通路開發全方位攻略-網路行銷應用技法課程”，中國生產力中心，2008。
[07] 莊幸蓉 “熱電致冷器與熱電能源產生器之設計與分析”，國立清華大學碩士論文，2004。
[08] 郭丁嘉 “迷你環控箱之研發”，國立臺灣大學碩士論文，2003。
[09] 施經璋 “多元合金之熱電性能研究”，國立清華大學碩士論文，2003。
[10] 柳智騰 “網路拍賣行銷策略課程”，中國生產力中心，2008。

- [11] 江翔輝 “網路拍賣參與者行為之研究”，大葉大學碩士論 1111文，2000。
- [12] 潘品昇 “企業實施知識管理與電子商務關聯性之研究”，大葉大學碩士論文，2000。
- [13] 吳晨帆 “推薦策略與推薦資訊對線上推薦績效影響之研究”，中原大學碩士論文，2003。
- [14] 羅陳信 “影響網路商店與物流業者運籌服務實體契約因素之探討”，大同大學碩士論文，2002。
- [15] 陳莉娟 “一對一網路行銷之探索性研究”，國立台灣科技大111,學碩士論文，2000。
- [16] 鄔竣清 “網路行銷商戰策略講座”，台北市電子商務協會，2007。
- [17] 楊耀銘 “中小企業運用網際網路行銷效益之研究 - 交易成本觀點”，東吳大學碩士論文，2000。
- [18] 薛慧鳳 “台灣地區網際網路行銷趨勢之研究”，國立東華大學碩士論文，2001。
- [19] 陳毓儀 “網路行銷工具之投資報酬率分析-以超級電池公司111, 為例”，中華大學碩士論文，2004。
- [20] 范崇蔚 “網路行銷完全攻略課程光碟”，Ginbao，2004。
- [21] 楊子青 “購物車資料在網路行銷溝通決策之應用”，國立中山大學博士論文，1999。
- [22] 廖廷剛 “網路行銷訂價模式之理論探討及其敏感度分析之研11,, 究”，南華大學碩士論文，2002。
- [23] 林豐智 “台灣之基金會運用網站行銷之研究”，企業管理學報第57期，2003。
- [24] 陳顯立 “網站經營:您選對網站類型了嗎？”，Web-Time EC時報論壇，2007。