

逢甲大學學生報告 ePaper

報告題名：

寵愛創意網

www.lovepet.com

作者：李宜璟、江怡穎

系級：企業管理學系碩士班

學號：M9947910、M9946894

開課老師：陳建文

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 第二 學期

中文摘要

根據行政院農業委員會統計，台灣目前有 15% 的家庭飼養寵物，狗貓數量約有 200 萬隻，若以每隻寵物每月支出 1 千元計算，保守估計寵物市場的年營業額最少也有 200 億元，連帶飼養醫療、醫院、寵物美容、寵物用品、買賣、徵婚配種、寵物旅館、住宿、寵物訓練、寵物餐廳、寵物殯葬…等等相關產業紛紛興起，甚至連 2010 年底工研院創意中心總監葉惠娟在「兩岸華人趨勢發展研討會」中也認同寵物的商機很大。

台北市動物保護處所調查貓狗數量的數據中得知，目前台北市飼養寵物的家戶高達 24.8%，平均每四個家庭，就有一戶飼養寵物比平均 15% 還要高一些；創市際 2010 七月在購買寵物用品通路方面，受訪者除了選擇在一般實體通路購買寵物用品，也有 28.9% 受訪者傾向在網路上購買，顯示網路上寵物用品市場潛力也不容小覷，網路商店擁有更多元上架機制，能以更多不同的方式呈現商品，帶來顧客較大的效益，若將寵物相關產業和網路結合，必能搶得市場先機，迅速佔領市場大餅。

然而在寵物相關產業中，食衣住行育樂只剩下樂的市場未被完全開發，加上現在寵物地位以從先前的炫耀品到至今的親人般對待的改變，使得寵物服務趨勢會慢慢越來越想和寵物有溫馨回憶，因此，愛寵網藉由舉辦活動和貼心小叮嚀提供寵物爸媽一個建立和寵物回憶的平台。

關鍵字：寵物產業、網路商店、網路行銷

Abstract

According to the statistics made by Council of Agriculture in Taiwan, there are about 15% families in Taiwan raising pets, and the numbers of cats and dogs are approximately up to two million. Assuming that every pet costs NTD 1, 000 per month, the conservative business volume of pets' market is going to reach at least NTD 20, 000,000,000. Due to such a huge market, a lot of pet-related industries have been developed these years; for example, health care industries, hospitals, beauty industries, pet deals, mating stuff, pets' hotels, accommodations, training industries, pets' restaurants, and funerary services etc. In the end of 2010, even Ye Huei-jiuan, the director of Creativity Laboratory, Industrial Technology Research Institute, also agrees with the vast commercial potential of pets' market in 2010 innoFACE & E-ICP Join Conference.

Based on the survey of the amount of cats and dogs conducted by Taipei City Animal Protection Office, at present, families in Taipei which raise pets highly reach to 24.8%. That means among every four families, there will be one family raising pets. This datum is higher than the average 15% in Taiwan mentioned in the previous paragraph. In July 2010, Insightexplorer made a survey about where to buy the pets' articles; besides buying pets' articles in normal shops, 28% of the survey candidates tend to buy those things in the online shops. This shows that the potential of pet-related business in online shops should not be underestimated. Online shops have multiple mechanism which can present goods with different ways, bringing more benefits to customers. If people combine pet-related business and Internet together well, they can definitely get chances to take over the main pet-related market in advance, and quickly dominate the whole market.

However, among various kinds of pet-related business, there is only the pets' entertaining market that has not been completely developed yet. What's more, the status of pets in people's life changes from just ostentations in the past to family members nowadays. This makes the trend of pets' services gradually becoming feeling like to have warm memories with pets. As a consequence, lovepet provides owners with a platform to establish memories between owners and their pets by holding activities and offering useful tips.

Keywords : pets industry, online shops, e-marketing

目錄

壹、	創業簡介	
一、	創業背景、未來性	5
二、	創業構想	6
貳、	環境分析	
一、	相似競爭者分析	7
二、	目標網站優劣勢	8
三、	SWOT 分析	10
參、	人員工作分配與進度規畫	12
肆、	愛寵網的 STP、4P 分析	
一、	STP	13
二、	4P 分析	13
三、	促銷策略與具體方法	16
伍、	營運分析	
一、	預測開店成本	17
二、	預計開店收入	19
三、	預估會員的成長數	19
陸、	人力資源規畫	
一、	組織圖	20
二、	工作部門說明	20
柒、	結論、心得	21

壹、創意簡介

一、創意背景、未來性

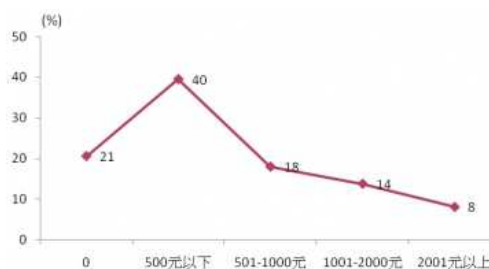
由於台灣少子化和老年人口不斷增加，台中市獸醫師公會理事長陳明輝表示，老年人在子女離家獨立生活後大多以寵物為伴，愈來愈多的年輕夫妻是以養寵物來取代生養下一代，因此飼養寵物的比率只會不斷攀升。

另外寵物和飼主之間的情感聯繫已和傳統農業社會不同，有 85% 的飼主已將寵物視為家庭中的一分子，對於寵物的醫療、飲食、美容支出自然增加，加上台灣基因總經理郭東源認為台灣是全世界獸醫最密集的地區，因此，認為寵物的醫療、飲食、美容市場已經逐漸成熟。

根據曼哈頓行銷諮詢公司在 2010 年指出，即使消費者最後會前往商店購物，但逾五分之一的消費者會上網研究食物和飲料價格，近三分之一消費者研究寵物商品，因此，本組認為若只是要販售寵物商品，則無法有效留住顧客，2008 年統一超商總經理徐重仁表示，台灣雖只有百分之十二的家庭養寵物，其中有五成二的消費來自於北部，所以，大台北地區的商機無限，因此本組認為先以大台北開始做活動宣傳，希望藉由初期辦活動的方式可以增加曝光度，長期則可以藉由辦活動帶來有口碑傳播來達到品牌效益，讓消費者可以擁有和寵物間的回憶。

台北市寵物用品商業同業公會認為受到少子化的影響，飼養寵物與投入寵物照護商機逐漸年長，市場初估有二百億以上商機外，每年平均也有二成以上成長，因此，本組認為辦活動時可以藉由健康為訴求，讓寵物可預防肥胖等相關健康問題。

根據 Trendgo Research 全國調查顯示，將近八成(79%)的飼主每月花費固定金額用來飼養寵物，而飼養



圖一

寵物花費以 500 元以下居多(40%)，但仍有 22%的飼主每月花費上千元在寵

物身上(如圖一)，因此，本組認為由於目前市場尚未出現以寵物活動為核心的網站，且對消費者而言每次參加活動所花費的金額不高的話，極有可能會聚集起人潮，就在寵物市場不斷擴大的趨勢下，相信愛寵網可以在市場中成為令人注目的寵物活動網站。

二、創意構想-本組創新網站為愛寵網 <http://www.lovepet.com>

我們希望以專業的寵物醫療保健諮詢、即時的寵物秘書叮嚀、互動交流的戶外活動，這三大特色為主要服務特色，讓寵物爸媽可以以便利又輕鬆的方式，透過我們網站來得到一切有關寵物的服務內容。

- ✓ 寵新鮮：告訴大家有關寵物的新奇古怪新聞、寵物相關法規或是新產品的介紹，甚至不定期推出試用活動。
- ✓ 寵問診：主打健康、醫療等相關話題，透過專業醫師的建議、診所的推薦，來提供專業的透過專業醫師的建議、診所的推薦、商家的口碑、加上會員的評價機制，來提供有關寵物的一系列的資訊，讓寵物爸媽可以有多元的參考依據。
- ✓ 寵活動：舉辦與寵物的競賽、活動，例如才藝比賽、奧運會、美姿美儀、Party Queen 等，讓寵物有機會到外面認識到新朋友、展現活力、朝氣，也是可以藉機建立和寵物更親密的關係。
- ✓ 寵交友：讓大家討論各種主題的地方，分享有關飼養寵物的經驗、知識、健康、飲食、遊樂、用品等。
- ✓ 寵打扮：提供寵物商家的美容服務資訊以及教導會員 DIY 打扮自己的寵物。

我們的網站主要的創新性在於結合 LBS 系統，直接向主要目標客群宣傳活動的預告，告知位於活動地點的寵物爸媽可以立即性的參與活動，以及藉由寵物秘書功能，幫助寵物爸媽可以規劃好有關寵物的例行檢查並且已發送簡訊的方式，定時提醒。另外，我們藉由拜訪診所的方式，報導有關診所的醫療、設備、人員、地點等，再最後給予評分，提供寵物爸媽一個可利用的參考，降低寵物爸媽對於診所的不信任，為寵物提供一個值得信賴的醫療環境。

貳、環境分析

一、相似競爭者分析- only pet 網站 <http://www.onlypet.com.tw>



圖二

ONLY PET 是一個寵物專用網站，提供飼主針對寵物資訊交流使用，記錄與寵物的美好回憶(如圖二)。在寵物哪裡去的部分，它開闢與寵物生活息息相關的五大主題，分別為醫院、餐廳、商店、旅館、認養所，提供一個訊息分享的平台給大家使用。並且設立寵物專欄給大家有關寵物食、衣、住、行的資訊，舉例如下：

[報馬仔]提供大家有趣的新聞、寵物相關法規以及新產品的介紹，不定期配合試用活動。

[趴趴走]以遊記的形式介紹可以帶寵物去哪邊玩。

[藥妝室]提供健康、美容等相關話題，會收藏的文章寵物方面包含飼養注意、醫師專欄等等。

[大食客]裡，有美味的食譜，飼料相關試吃活動。

我們認為該網站的主要優點：

提供會員個人化的首頁可以讓會員檢視目前的類別資訊(一般會員或是VIP或是MVP，以及期限，相簿空間，登入時間，級分，總會員數)以及提醒你有好友發出的訊息等，一系列專屬於會員的功能服務。我們認為它的個人化介面功能擁有了便利性、獨特性、即時性的特點，是值得學習的一大優點。

我們認為該網站的網站的缺點：

對於寵物的分類沒有完善的規劃，無法在第一時間得到明確的內容，主要的寵物焦點是在狗狗為主體，對於其他寵物類的資料較為少量。並在網站的互動性不高，沒有會員提供評價作為網站資料的參考指標。

二、目標網站優劣勢-Petnii 生活學院 <http://www.petnii.com/>



圖三

Petnii 生活學院是一個專屬寵物的交流平台，提供寵物爸媽專業的影音知識、活動訊息，最特別的是他們也會有專屬 iPhone 的飼主推薦店家與分享寵物相片等相關訊息的 app(如圖三)。

我們認為該網站的網站的優點：

拜訪廠商做報導，提供清楚有用的影音服務讓寵物爸媽可以更加清楚如何解決問題，例如:Petnii 生活學院專訪到寶羅寵物水族用品店美容部告訴寵物爸媽在家怎麼幫寶貝清理耳朵。專屬 iPhone 的寵物爸媽推薦店家與分享寵物相片等相關訊息的 app 提供給有 iPhone 寵物爸媽一個很便利的方式。

有針對地區性來做寵物爸媽的分類，可以提供更好的客製化服務。(如圖四)



圖四

我們認為該網站的網站的缺點：

由於，該網站登入時要用 FACEBOOK 登入，會有授權請求，強迫訂電子報和非主動提供個人資料的疑慮，都是會讓想加入的潛在顧客卻步。(如圖五)

另外，”愛知識”部分，知識分類有提供專家專欄，但是卻是請愛狗狗數位媒體有限公司

執行長、台北市電腦公會 兼職顧問身分的人來解答問題，無法令人信服其回答。



圖五

三、 SWOT 分析

(一)S(優勢)

我們的網站主要希望以即時性、專業性、社交性三大特色，為消費者提供個人化的服務，滿足他們的需要。即時性主要是強調寵物秘書的功能，透過我們貼心的簡訊通知，給消費者掌握寵物例行性的醫療保健或是安排寵物活動行程。專業性主要是在強化寵物爸媽的一般健康常識或是給予專業的醫療建議，來幫助寵物爸媽對寵物建立相關的保護措施。社交性的主要訴求在提供專屬於寵物界的活動、競賽，讓寵物可以保持心情的愉悅、健康的活力、不會有負面情緒的傾向，也可以幫助寵物爸媽培養與寵物之間的親密度，建立與寵物之間的回憶。

(二)W(弱勢)

由於我們是新成立的服務性網站沒有充分的知名度，加上在市場的經驗不足，所以需要透過行銷活動來增加曝光率以及累積經驗值，但是在財務資源有限的情況下，使得我們創業的初期會遭遇許多困難，另外，我們如何讓廠商對我們產生信任感，建立合作關係，也是我們需要努力的一大重點。

(三)O(機會)

由於現代人生活忙碌、工作壓力龐大，導致越來越多的人不願意生小孩，反而會透過養寵物的方式，來舒緩生活的緊張情緒，而且對於寵物的食衣住行育樂的需求也慢慢再增加；加上網際網路的普及，越來越多人習慣使用網路完成生活大小事，而社群網

站是大家對於網站功能的使用趨勢，因為它強調的是服務、互動與即時性。

(四)T(威脅)

由於我們的主要獲利來源以廠商為主，因此議價能力不高，加上其他類似網站的出現，在眾多競爭下，我們應如何凸顯自己的優勢，也是一大經營問題，(如表一)。

表一

S(優勢)	W(弱勢)
社交性 (增加與寵物的親密關係) 即時性 (隨時掌握寵物健康、快速取得醫療諮詢) 專業性 (診所醫生的建議)	知名度不高 財務資源有限 市場經驗不足 供應鏈來源不夠穩定
O(機會)	T(威脅)
少子化 社群網站的興起 消費習慣的改變 寵物活動市場尚未開發成熟	類似競爭者的出現 對廠商的依賴性高

參、人員工作分配與進度規畫

預定規劃進度說明表(如表二)

表二

工作項目	日期	4/8	4/15	4/22	4/29	5/6	5/13	5/20	5/27	6/3	4/22
		~	~	~	~	~	~	~	~	~	~
		4/14	4/21	4/28	5/5	5/12	5/19	5/26	6/2	6/9	4/28
	負責人	怡穎	宜璟	怡穎	宜璟	怡穎	宜璟	怡穎	宜璟	怡穎	宜璟
次數	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
PLAN 計畫	環境分析	----	----								
	目標市場分析	----	----								
	五力分析			----							
	設計行銷組合				----						
	財務分析					----					
	人力資源規劃						----				
	結論、建議							----	----		
	最後確認計畫書內容									----	----

---為預期時間、——為實際完成時間

肆、愛寵網的 STP、4P 分析

一、STP 分析

市場區隔(Segmentation)：

主要以人口變數和心理層面變數為市場區隔。

(一) 人口變數：

創市際 2010 七月深入調查受訪者曾聽過的寵物服務類型，調查結果顯示，20-40 歲較注重寵物服務類型，因此我們主要鎖定為 20 歲到 40 歲之間的消費族群並且他們具備有上網的習慣。

(二) 心理層面變數：擁有有喜愛寵物的特質。

選擇目標市場(Market Targeting)：

我們將目標市場分為主要目標和次要目標。主要目標市場是針對已經有寵物的消費族群提供有關寵物的一系列資訊和服務；次要目標市場則是對寵物有興趣的族群提供一個管道，讓他們可以透過我們網站進一步瞭解相關訊息。

目標市場定位(Market Positioning)：

我們網站定位是專屬寵物的社群網站。

網站主要以交流、即時、專業為主要的特色，透過討論室和留言版提供互動、交流的平台；藉由網站的秘書功能給予最立即的提醒；最後是結合醫院、診所的醫師建議來增加資料、訊息的可信度。

二、4P 分析

(一) 產品策略：

在網際網路發達的情況下，現代人對於網站的使用不單只是為了獲得實際產品為主要導向，也開始進一步希望透過網站獲得有關心裡層面的滿足感，像是無形的資訊與服務，因此我們所創設的「愛寵網.com」就是為了因

應有這些需求的目標客群，提供他們即時化、客製化的服務內容，藉此達成他們想要的效益。

我們的網站提供寵新鮮、寵問診、寵活動、寵交友、寵打扮五大主題為主要的服務項目，藉由我們的平台讓大家可以輕鬆獲取到寵物的任何相關資訊，也可以在我們的網站裡分享與寵物的生活大小事，記錄和寵物在一起的回憶。我們將以狗、貓、兔、鼠為寵物主軸，並將牠們獨立分類，為牠們量身打造專屬的五大主題內容。

- ✓ 寵新鮮：提供大家有趣的新聞、寵物相關法規以及新產品的介紹，不定期配合試用活動。
- ✓ 寵問診：主打健康、醫療等相關話題，透過專業醫師的建議、診所的推薦、商家的口碑、加上會員的評價機制，來提供有關寵物的一系列的資訊，讓飼主可以有多元的參考依據。
- ✓ 寵活動：舉辦與寵物的競賽、活動，例如才藝比賽、奧運會、美姿美儀、Party Queen 等，讓寵物可以有機會到外面認識到新朋友、展現活力、朝氣，也是可以藉機建立和寵物更親密的關係。
- ✓ 寵交友：讓大家討論各種主題的地方，分享有關飼養寵物的經驗、知識、健康、飲食、遊樂、用品等。
- ✓ 寵打扮：提供寵物商家的美容服務資訊以及教導會員 DIY 打扮自己的寵物。

(二)定價策略：

根據資策會 FIND 在 2009 年指出「先免費後付費 (freemium)」的網站經營模式提供使用者免費的基本服務，但若需要進階服務則需付費，此種模式已逐漸成為社群網站增加收入的關鍵。Abrams Research 於 2009 年 2 月的調查結果顯示，45% 的北美主流社群網站認為「先免費後付費」的模式為社群媒體創造利潤的最佳方法。因此愛寵網的定價策略一樣採用先免費後付費的兩階段式。

第一階段:

愛寵網.com 提供免費的會員制度，只要加入會員即可每個月收到專屬您寵物的小叮嚀(EX:打預防針時間、驅蟲藥時間、健康檢查、美容、洗澡、住宿時間的小提醒)，而新會員可以有三次的免比賽費的額



圖六

度，提供會員優惠方案就是要先大量累積會員人氣。另外，我們會向廠商邀約希望藉由租約合作來創造市場價值，收取費用增加廠商曝光率，像是在我們我網站上放置廣告，設立廠商專區宣傳資訊(如圖六)。

第二階段:

根據創市際市場研究顧問有限公司在2010年1月的”寵物開銷”調查顯示，有五成五受訪者表示目前有養寵物，其中，受訪者平均一個月為寵物花費的金額在「500元以下」者(39.6%)占最多數，其次分別為「500-1000元」(29.2%)、「1000-1500元」(17.4%)，花費1500元以上的受訪者也有13.7%。由於活動費用非必需品，因此活動費用為一次比賽150元。

另外，我們會向廠商邀約希望藉由租約合作來創造市場價值，像是在我們我網站上放置廣告，設立廠商專區宣傳資訊或是代發電子報來做賞商促銷(如圖



圖七

七)。而廠商部分則是每月5000元的廣告費，且根據AHB集團調查指出，台灣寵物市場新台幣250億元，且醫療、美容、住宿、食用品營收即占去80%。因此，愛寵網預計將招募美容、醫院、住宿、食用品四大廠商共10家廠商。並保證曝光率達十萬人。

(三)通路策略：

我們主要以「愛寵網.COM」為獲取資訊與服務的管道。再者，利用合作商家的實體店面放置我們網站的宣傳海報或是活動訊息來吸引消費者注意。

(四)推廣策略：

藉由抽獎活動和廣告來吸引消費者的目光，讓消費者對我們產生興趣，一方面以累積大量的會員為主要目標，提出有關加入會員才能享有的權限，讓消費者有意願加入，像是寵物秘書的使用權、活動訊息的簡訊告知、享有免費的活動報名費、特定討論區使用權、獲得評價良好的診所資訊等。

另一方面以消費者的回顧率為目標，網站會不定期舉辦試用活動、折價卷的下載、或是免費的看診諮詢等來吸引消費者的瀏覽次數，讓消費者有點擊網站的習慣，留住消費者。

三、促銷策略與具體作法

(一)增加曝光率

1. 透過購買關鍵字廣告的方式，讓我們的網站「愛寵網」可以在入口網站的搜尋結果排在較顯眼的位子，以增加曝光率。

2. 透過FACEBOOK的粉絲團的建立，讓使用者可以直接在裡面獲得有關「愛寵網」的資訊，並藉由網友的轉貼分享，增加網站曝光的機會。(如圖八)

3. 透過PTT電子佈告欄的PO文

方式，讓目標客群可以知道我們網站的存在。

4. 透過在寵物相關的實體店家張貼海報，使寵物愛好者或是飼主可以知道我們的網站。

(二)大量累積會員

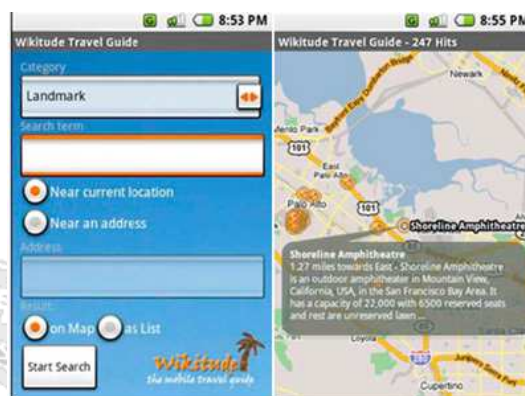
活動辦法：
1. 請先加入【台灣寵物新聞網】Facebook粉絲團 -
<http://www.facebook.com/pages/Tanews-tai-wan-dong-wu-xin-wen-wang/135730389776403?ref=ts>
2. 在「狗狗天團票選活動」相簿內(<http://www.facebook.com/album.php?aid=4001&id=135730389776403>)，挑選你喜愛的狗狗，並於下方留言，留言或一次投票。
3. 歡迎重複、多次投票，快為你喜愛的狗狗衝票吧！

豐富獎項 無上限：
1. 獎項：獎項內容將依活動過程中，藉由合作單位不斷加入，而無限增加！
第一期(20101019)上架獎項：1. 天然精油驅蟲狗項圈 (3名)
2. 發財旺旺手工狗餅乾 (9名)

2. 贈獎辦法：將從入選的八隻狗IDOL中的投票者，隨機抽中獲獎者，投越多，中獎機會越大囉！
3. 獲獎辦法：承辦人員將發送訊息至各得獎人之Facebook專頁，並索取需要之郵寄內容，三日內未回覆者，以棄權論，且由順位遞補獲獎。

圖八

1. 透過與友好醫院的合作，提供專業醫師的建議，來增加資訊的可信度。
2. 透過網友的評價和口碑的傳遞，來建立我們網站的知名度。
3. 透過舉辦寵物同樂會、寵物競賽來吸引使用者持續關注我們的網站。
4. 透過免費加入會員的方式，來提供使用者一些特定權限，享有網站的功能使用(例:活動訊息優先告知)。
5. 透過寄送電子報的方式，告知目標客群有關的最新消息。
6. LBS:曾經去過北部寵物用品店、寵物醫院的消費者且也有收發話紀錄的行動電話用戶，發送活動資訊。(如圖九)



圖九

伍、營運分析

一、預測開店成本

我們的經營模式主要是透過電子商務來運作，因此沒有像開設實體店鋪需要購買裝潢、家具、設備，以及房租等支出預算。主要的基本開店費用為申請註冊網址和由專業公司設計網站的費用支出。如表三所示：

另外在開店的經常項目中，以一個月為計算單位，我們最大開銷為人員薪資的部分，其次在行銷費用上主要分為購買關鍵字和導入 LBS 系統兩部分，最後為舉辦活動的開銷費用，像是場地租借、臨時人員、設備儀器等。如表四所示：

表三

	開店創業成本	費用金額
開店設備項目	桌上型電腦(5 台)	125000
	電話(5 台)	2500
	三合一複合機(1 台)	4000

	四合一複合機(1台)	5000
	飲水機(1台)	1000
	設備周邊用品 (墨水匣、紙張等)	3000
	辦公室文具用品	1000
其他支出項目	註冊網址費(5年)	3400
	網站設計費	20000
	工作室押金(2個月)	20000
	工作室裝潢	50000
	其他費用	5000
總共支出金額	259900	

表四

開店營業費用項目(月份)	費用金額
人員薪資	125000(5人)
行銷費用(關鍵字、LBS)	20000
舉辦活動費用	6500
工作室租金	10000
水電瓦斯費	1000
總共支出金額	163500

二、預測開店收入

假設會員人數達到五千人，預計開店收入(如表五)。

表五

三、預計會員人數

由於愛寵網是一間主辦活動的網站，因此會員的多寡就變成很重要

營運年收入		收入金額
品牌價值	網站內放合作廠商廣告 5000/間 x3	15000
	幫廠商發送促銷專案的 e-mail(1.5/封)	7500
	幫廠商發送促銷專案的 LBS(3.5/封)	15000
創意活動	舉辦活動的比賽收入 (200 人 x150)x6	180000
	舉辦活動時場地內的擺攤廠商(3000/間)x6	180000
月收入金額	397500	

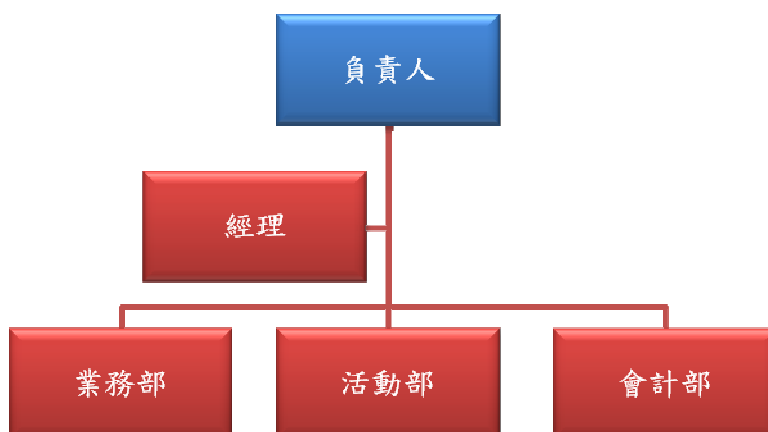
的公司資產，因此必須有策略性的會員成長，才能帶來穩定的收益。從行政院農業委員會的寵物登記管理資訊網可以得知，到 100 年 05 月 30 號為止全台灣共有 906,902 隻寵物已經植入晶片，由於，植入晶片表示寵物爸媽對寵物有一定的重視，因此，本組將以此為基礎，預計五年可以達到約 45345 人(5%)(如表六)

表六

會員人數:五年提升至約 45000 人(5%)	
年代	會員人數
2011	5000
2012	8000
2013	14000
2014	25000
2015	35000
2016	45000

陸、人力資源規劃

一、組織圖



二、 工作部門說明：

(一)業務部門：主要工作內容為拜訪廠商(寵物醫院和寵物用品店)，並支援接洽活動廠商、協調簡訊廠商和 LBS 服務。

(二)活動部門：活動人員需要負責活動企劃、公告訊息活動、廣宣品製作。

(三)會計部門：負責公司的內部財務計算、節流開支。

柒、結論與心得

一、結論

我們的網站成立主要目的是為了給寵物爸媽一個專屬樂園，讓他們可以在裡面尋找屬於自己的寶貝資源。不用再為找不到專業醫療諮詢而苦惱，不用再為找不到同好帶寵物出遊而憂愁，也不用再擔心忘記寵物的例行性健康檢查，透過我們的網站可以獲得立即性的幫助，雖然我們不是最有規模的網站團隊，但是我們擁有一顆最熱誠的心意，為寵物提供最適合的服務。因此在未來希望能夠將藉由大家的批評指教，讓網站可以不斷地精進，為更多寵物爸媽提供服務。

二、心得

宜璟心得：

創業真是一件很有毅力的考驗，考驗耐心、市場敏銳度、資金的充沛度、溝通協調，缺一不可，由其是合資，更是容易有紛爭，因此，創業必須要有相當謹慎的規劃，且營收收入更是主要重點，而不光只是想法；重要的是，如何將想法包裝成產品，並吸引目標市場買單。

怡穎心得：

透過撰寫企劃書的過程，可以發現一個網站的成立背後所需要的人力、物力、財力等，所有相關資源的利用，必須要有完善的規劃，一點一滴的累積經驗，才能造就它的出現。最重要的是創業者的勇氣和毅力，需要有足夠的勇氣下決定才能支撐後續的行動發展，不論是市場的動態、消費者的需求、甚至是經營模式的選擇，都是需要事前的觀察、評估，才能有明確的方向去執行。因此，藉由老師的課程學習，讓學生體會到一個完整的創業過程是需要投入多方考量，才會有一個好的開始，幫助未來的發展。