**中小企業數位創新國際行銷能量診斷問卷**

**第一部分、企業基本資料：**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **一、申請企業基本資料** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 公司名稱 |  | | | | | 統一編號 |  | | | | | 資本總額 | | \_\_\_\_\_\_\_\_\_萬元 | 員工人數 | | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_人 |
| 聯絡人資料 | 姓名 | |  | 職稱 |  | 電話 | （ ） | 傳真 | | （ ） | | 行動電話 | |  | E-mail | |  |
| 希望診斷方式 | □線上 | | 視訊平台（可複選） | | |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | □‎Microsoft Teams | □Google Meet | □Zoom | □Skype | □Jisti Meet | □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | | | | | | | | | |
| □線下 | | 診斷地點 | | □公司，地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | | □其他地點，地址：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | | |
| **二、企業代表簽章** | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| **申請企業授權主管簽名或蓋章：**  日期：＿＿＿＿＿＿＿＿  本公司（以下簡稱甲方）為提升國際行銷營運能力，擬提出「診斷」申請由中華軟協派遣顧問師（以下簡稱乙方），同意並接受以下說明：  一、「診斷」費用由經濟部中小及新創企業署全額負擔，甲方無須再支付任何費用。  二、本計畫「診斷」係由中華軟協認證通過之行銷顧問師前往甲方，於收到診斷申請後**五週內**進行共1次，每次至少2小時之現場診斷服務，診斷後並可獲得針對甲方國際行銷診斷之建議報告書。  三、甲方於輔導期間若針對乙方之輔導品質與服務等有任何質疑者，得隨時向中華軟協提出。  四、本說明自甲方簽署之日起生效。  五、連絡人：中華民國資訊軟體協會/國際服務處二組  電話：（02）2553-3988分機606 翁小姐email：debby.weng@cisanet.org.tw | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 派案紀錄  （執行單位填寫） | | 單位 | |  | | | 顧問師 | |  | | | | 診斷日期 | | |  | |
| 企業為首次申請 | | |  |  |  | | --- | --- | --- | | □是 | □否，曾於\_\_\_\_年度申請第1次，委派\_\_\_\_\_\_顧問執行，建議報告書編號\_\_\_\_\_\_ | □否，曾於\_\_\_\_年度申請第2次，委派\_\_\_\_\_\_顧問執行，建議報告書編號\_\_\_\_\_\_ | | | | | | | | | | | | | | |

**第二部分、企業營運現況調查：**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **一、國內營運現況** | | | | | | | | | | | | | |
| **1** | 主要營收來源之行業別  （可複選） | |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | □食品及飲用品 | □保健食品用品 | □母嬰幼兒用品 | □鞋服襪飾品 | □刀具及手工具 | □3C電子產品 | □汽機車零件 | □家居器具用品 | | □大型家具寢具 | □體育用品 | □文(玩)具用品 | □保養化妝品 | □清潔沐浴用品 | □寵物食品用品 | □餐飲服務 | □住宿服務 | | □娛樂休閒服務 | □旅遊服務 | □機械設備零配件 | □資訊服務 | □醫療器材用品 | □生技保健 | □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | | | | | | | | | |
| **2** | 業務性質（可複選） | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | □製造商 | □代理商 | □貿易商 | □零售商 | □其他\_\_\_\_\_ | | | | **3** | 銷售模式（可複選） | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | □B2B | □B2B2C | □B2C | □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | | |
| **4** | 自有品牌 | |  |  | | --- | --- | | □無 | □有，品牌名稱（可逐項列出）：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | | | | | | | | |
| **5** | **內銷**主力產品/服務項目 | | | | | 占國內營收比重 | | | | | | | |
| **5-1** |  | | | | | □1-20% | □21-40% | | □41-60% | | □61-80% | | □81-100% |
| **5-2** |  | | | | | □1-20% | □21-40% | | □41-60% | | □61-80% | | □81-100% |
| **5-3** |  | | | | | □1-20% | □21-40% | | □41-60% | | □61-80% | | □81-100% |
| **一、國內營運現況** | | | | | | | | | | | | | |
| **6** | 公司/產品是否曾獲獎 | □無  □有 | 年度 | 獎項 | | | | | | | | | |
|  |  | | | | | | | | | |
|  |  | | | | | | | | | |
|  |  | | | | | | | | | |
| **7** | 111年營業額（台幣） | |  |  | | --- | --- | | □1,000萬元以下 | □1,001-2,000萬元 | | □2,001-3,000萬元 | □3,001萬元以上 | | | | **8** | 111年海外營業額（台幣） | | | | |  |  | | --- | --- | | □500萬元以下 | □501萬-1,000萬元 | | □1,001-1,500萬元 | □1,501萬元以上 | | | | |
| **9** | 過往參與  政府專案經驗  （含申請中計畫） | □無  □有 | 年度 | 專案計畫名稱 | | | | | | | | 核定補助經費 | |
|  |  | | | | | | | | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_萬元 | |
|  |  | | | | | | | | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_萬元 | |
|  |  | | | | | | | | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_萬元 | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **二、國際/南向市場現況** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |
| **1** | 跨入國際市場經驗 | □無，原因\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | | | | | | | □有（請續填2-9題） | | | | | | | |  |
| **2** | **外銷**主力產品/服務項目 | 占海外營收整體比重 | | | | | | | | | 已進軍之國家 | | | | 進駐年份（民國） | | | | 產品/服務佔營業額% | |  |
| **2-1** |  | □1-20% | | □21-40% | | □41-60% | □61-80% | | □81-100% | |  | | | |  | | | |  | |  |
| **2-2** |  | □1-20% | | □21-40% | | □41-60% | □61-80% | | □81-100% | |  | | | |  | | | |  | |  |
| **2-3** |  | □1-20% | | □21-40% | | □41-60% | □61-80% | | □81-100% | |  | | | |  | | | |  | |  |
| **3** | 海外設廠/成立分公司（可多國） | □無 | □有，國家為\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | | **4** | 海外代理商/經銷商（可多國） | | | | | □無 | □有，國家為\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | |  |
| **5** | 產品外文包裝/行銷文案（可多國） | □無 | □有，語系為 | | | □英文 | | □日文 | | | | □西班牙文 | | □葡萄牙文 | | | | □阿拉伯文 | | □其他\_\_\_\_\_\_\_\_ |  |
| **6** | 新南向營收占海外營收整體比重 | □0% | | | | □1-20% | | □21-40% | | | | □41-60% | | □61-80% | | | □81-100% | | | |  |
| **7** | 首次進軍新南向市場年份 | 民國\_\_\_年 | | | 進軍順序  （依序填入  國家代號） | | |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 1\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 2\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 3\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 4\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 5\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | 6\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | A新加坡 | B馬來西亞 | C菲律賓 | D印尼 | E越南 | F泰國 | | G柬埔寨 | H緬甸 | I寮國 | J汶萊 | K印度 | L巴基斯坦 | | M孟加拉 | M尼泊爾 | O不丹 | P斯里蘭卡 | Q紐西蘭 | R澳洲 | | | | | | | | | | | | | | |  |
| **9** | 已進軍規模最大之新南向國家 |  | | | | | 進駐年份（民國） | | | |  | | | | 業績占總營收% | | | |  | | |

|  |
| --- |
| **三、數位工具選擇及應用現況** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | 具備基礎數位能力員工人數（如：Microsoft Office） | | | | |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | □0% | □1-20% | □21-40% | □41-60% | □61-80% | □81-100% | | | | | | |
| **2** | 數位工具應用於公司哪些部門（可複選） | | | | |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | □生產 | □行銷（續填第3題） | □人事 | □研發 | □財務 |  | | | | | | |
| **3** | 承第2題選擇「行銷」，請問曾運用何項數位工具 | | | | | | | | | |
| **3-1** | 電商平台 | □無 | □有，國內經營，平台為：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | □有，跨境經營，平台為：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | □有，落地經營，平台為：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| **3-2** | 社群媒體 | □無 | □LINE | □Facebook | | □Instagram | | | □YouTube | □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| **3-3** | 品牌官網 | □無 | □有，無電商功能 | □有，含電商功能 | | | **3-4** | 品牌APP | □無 | □有 |
| **3-5** | 數位廣告 | □無 | □社群平台廣告 | □關鍵字廣告 | | □多媒體廣告聯播網 | | | □EDM | □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| **3-6** | 行動支付 | □無 | □有，平台為\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | **3-7** | POS系統 | □無 | □有，應用於：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **三、數位工具選擇及應用現況** | | | | | | | | | | |
| **3-8** | 物聯網應用 | □無 | □有，應用於：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | **3-9** | 數據分析 | □無 | □Google Analytics | □Tradesparq海關數據 | □其他\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| **3-10** | 搜尋引擎 | □無 | □SEO | □SEM | **3-11** | 其他 | 請說明：\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | |
| **4** | 哪些數位工具對進軍國際/南向市場具有實質助益 | | | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | □電商平台 | □社群媒體 | □品牌官網 | □品牌APP | □數位廣告 | | □行動支付 | □POS系統 | □物聯網應用 | □數據分析 | □其他 | | | | | | | |

|  |
| --- |
| **四、國際行銷面臨困境暨未來欲開拓市場** |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **1** | 數位行銷所遭遇瓶頸  （可複選） | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | □傳統行銷觀念尚未扭轉 | □數位轉型目標不明確 | □數位行銷人才缺口 | □電子商務操作實務 | | □數位廣告操作實務 | □社群行銷內容經營 | □數據管理流量分析 | □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | |
| **2** | 欲提升數位行銷項目  （可複選） | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | □國際行銷策略擬定 | □品牌官網健檢 | □跨境電商營運(含金物流倉儲管理) | □數位廣告投放規劃 | | □搜尋引擎優化 | □社群行銷策略規劃 | □網站流量追蹤暨分析管理 | □其他\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | |
| **3** | 受疫情影響在台營收現況 | | |  |  |  | | --- | --- | --- | | □無影響 | □成長 | □衰退 | |
| **4** | 承上題，勾選成長/衰退者，請填寫影響程度 | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | □1-30% | □31-70% | □71-100% | □101%以上 | |
| **5** | 受疫情影響在南向市場營收現況 | | |  |  |  | | --- | --- | --- | | □無影響 | □成長 | □衰退 | |
| **6** | 承上題，勾選成長/衰退者，請填寫影響程度 | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | □1-30% | □31-70% | □71-100% | □101%以上 | |
| **7** | 未來三年針對本國市場是否加強數位行銷投資 | | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | □0% | □1-30% | □31-70% | □71-100% | □101%以上 | |
| **8** | 未來三年針對新南向市場是否加強數位行銷投資 | | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | □0% | □1-30% | □31-70% | □71-100% | □101%以上 | |
| **9** | 疫情影響下，未來三年投資/外銷新南向市場計畫 | | |  |  |  | | --- | --- | --- | | □無計畫 | □擴大投資 | □撤資 | |
| **10** | 承上題，勾選擴大投資/撤資者，請填寫比例 | | |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | | □1-30% | □31-70% | □71-100% | □101%以上 | |
| **11** | 未來三年看好哪個新南向市場發展（可複選） | | |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | □新加坡 | □馬來西亞 | □泰國 | □越南 |  |  |  | | □菲律賓 | □印尼 | □澳大利亞 | □紐西蘭 |  |  |  | |
| **12** | 何項政策工具可有效協助中小企業數位轉型  （可複選） | |  |  |  | | --- | --- | --- | | □數位教育訓練 | □數位人才媒介 | □管理作業系統導入（生產、銷售、人事、研發、財務） | | □國際目標市場數據分析 | □數位行銷工具應用 | □跨境電商平台媒合 | | □數位轉型典範案例 | □數位投資租稅減免 | □數位轉型專業輔導顧問 | | |

問卷結束，感謝您的填答。