• 計畫中文名稱	網站行銷應用於健康資訊網站之研究-以健康九九衛生教育網爲例		
• 計畫英文名稱	Application of Internet marketing strategy to health related websites – a case study of “Health 99 portal”		
• 系統編號	PG9803-0293	• 研究性質	基礎研究
• 計畫編號	DOH98-HP-1601	• 研究方式	委託研究
• 主管機關	行政院衛生署國民健康局	• 研究期間	9801 ~ 9812
• 執行機構	台北醫學大學醫學資訊研究所		
• 年度	98 年	• 研究經費	909 千元
• 研究領域	公共衛生學, 管理科學, 科學教育, 其他（醫）		
• 研究人員	劉建財,張怡秋,李婷,陳秀枝		
• 中文關鍵字	健康資訊；網站行銷；網站效益；利用情形；指標；；；		
• 英文關鍵字	；；；；；；；；		
• 中文摘要	本計畫主要以網站行銷與使用的角度檢視「健康九九衛生教育網」網站之宣傳與行銷情形及民眾使用情形，並以此爲基礎，進一步提出行銷策略與方案建議，讓「健康九九」網站知名度與使用率提升，以增進民眾健康資訊的接收。其目的爲： 一、探討國內外健康資訊網站之行銷情形與方式 二、檢視與評價 96-98 年健康九九衛生教育網行銷方式與成效 三、參與並試提當年度健康九九衛生教育網之行銷計畫及評價 四、提出未來健康九九衛生教育網行銷策略方案及評價指標和方式 爲達到以上所列目標，本計畫將以網路行銷規劃循環鏈 (marketing cycle) 爲理論架構，進行願景、目標、任務和定位的設定、市場研究調查、行銷策略擬定、行銷策略執行、和監視與評價等相關活動，並以具體化的數值指標呈現行銷的成果。主要工作則集中於市場研究調查、行銷策略擬定、參與協助國健局的行銷策略執行和監視與評價等相關活動，簡述如下。 (一) 市場研究調查 (Market research) ： 主要任務在於對一般民眾和衛教專業人員以系統化的方法，收集、紀錄、分析和詮釋有關「健康九九衛生教育網」所提供的服務和資訊內容相關市場資訊，包括認知度、利用情形、用戶需求、市場評價及網站問題等，作爲規劃行銷策略的依據。本階段將使用下列主要和次級資料的收集和分析： (1) 次級資料(secondary data) 收集與分析： 國內外文獻探討，瞭解健康資訊網站之行銷方式、現況與異業網站的評價指標；「健康九九衛生教育網」網站內容和服務功能分析，並與現有市場的健康資訊網站比較。 (2) 主要資料(primary data) 收集與分析： 對一般民眾進行問卷調查和一對一深度訪談：以分群(學術網路、政府網路和一般 ISP 業者)和分區[學校(北醫、元智、中正)、衛生署相關機構、衛生局所和長庚醫院及其他自願參與團體)]等爲抽樣對象。 對衛教專業人員進行問卷調查和焦點團體訪談：以學校(北醫、元智、中正)、衛生署相關機構、衛生局和長庚醫院及其他自願參與團體)]等爲抽樣對象。 (3) 進行「健康九九衛生教育網」網站行銷績效分析 (web analytics)，蒐集訪客造訪網站時的行爲，包含訪客怎麼找到你的網站，是來自於何處，何時來造訪，瀏覽了那些網頁，和下載了哪些東西等等。然後再對這些蒐集到的資料進行分		

	析，幫助了解訪客的流量、會員的分布、訪客的瀏覽過程、訪客喜好程度和自己的競爭優勢與缺點，一方面作爲改善網站現狀和另一方面也作爲制定行銷決策。(網站行銷績效分析數據將由健康九九網站委託建置廠商提供) (三) 行銷策略擬定 (Marketing strategy)：分別針對一般民眾與衛教專業人員，整合市場調查研究的結果和設定的願景、目標、任務和定位，先進行「健康九九衛生教育網」網站市場競爭力(SWOT)分析，了解該網站的優勢、 缺點、機會、和威脅。針對「健康九九衛生教育網」健康資訊網站行銷以產品(包括衛生新聞、衛教資源、健康知識、…)和服務 (包括會員、資料索取、線上健檢，…)分別規劃網路行銷策略。 (四) 行銷策略執行及強化網站：這部份將參與並配合國健局健康九九衛生教育網之行銷規畫，及網站維護預算，一方面針對上網民眾和衛教專業人員以「健康九九衛生教育網」爲主題，進行網路及媒體廣告、宣導和促進(銷)活動，吸引他們造訪本網站、滿足他們對健康知識和衛教作業的需求、以及保持他們願意繼續造訪本網站的意願。另一方面，也應根據上項「健康九九衛生教育網」網站行銷績效分析結果，依照目標優先秩序，儘快改善網站現狀服務功能和資訊內容，以提升網站的價值。畢竟網站的價值決定了網路行銷的效果，也影響了訪客的瀏覽行爲。 本計畫也將全程參與和配合國健局，持續進行市場調查、改善行銷策略和執行，監視追蹤、以提升網站知名度與使用率，增進民眾接收健康知識，促進國人的健康。 本計畫預定完成目標： 1.透過國內外文獻探討健康資訊網站之行銷方式 2.進行健康資訊網站相關文獻分析，建立健康資訊網站行銷方式之評價基本指標 3.健康資訊網站行銷方式之現況分析與比較 4.評估健康九九衛生教育網之使用者對其網路行銷方式看法與網站認知度 5.建立健康九九衛生教育網之利用情形評價基本指標 6.建立健康九九衛生教育網行銷效益評估基本指標 7.實際參與當年度健康九九衛生教育網之行銷規畫與評價 8.提供未來健康九九衛生教育網行銷策略方案 9.舉辦對內教育訓練，提供未來健康資訊網站行銷規劃之建議 本計劃經執行完成後，將提供以下預估成果 1.建立健康資訊網站行銷方式與行銷效益之評價基本指標，提供健康資訊網站推廣人員與政府衛生機關評估之考量。 2.建立健康資訊網站之利用情形評價基本指標，未來可以提供制定健康資訊網站評估之參考。 3.提供健康資訊網站行銷規劃之建議，分享經驗，提供相關人員與政府衛生機關之參考。 4.培養跨領域人才：本計畫需要健康照護，資訊技術及行銷管理等跨領域人員的團隊合作才能完成，因此透過本計畫，可以培養不同領域的專業人才，透過跨領域的合作模式，增進彼此的了解和極限，發展良性的互動關係，提昇我國健康資訊網站行銷策略規劃與評價之能力。 5.論文發表：經文獻搜尋後發現，目前國內外針對健康資訊網站品質已有多篇研究成果發表，但是對於針對健康資訊網站的行銷評估與略策仍顯不足，且本研究中運用多種研究法，以質化及量化研究同時交叉檢視，其成果預計可發表在 SCI/EI 期刊論文數至少一篇，其他期刊至少一到二篇。
• 英文摘要	查無英文摘要