Google討論議題

題目:

1北市對google不願意配合而開發百萬，小組試就此案例列舉正反意見，對其合理性探討。

2虛擬商品與實體商品不同是否應有所不同，小組試就此案例列舉正反意見。

3制定手機消費者法令是否可以改善，小組試就此案例列舉正反意見。

討論:

吳樹勳:

1.雙方為了確保各自的利益，google將付費版下架最主要的原因是不想為了那7天鑑賞期而讓開發者權益消失，而且7天鑑賞期對購買者來說如果每一款產品使用者都在7天內使用完畢然後退掉，開發者就不用賺錢了，而且不是所有使用者都這麼有道德，我認為這7天鑑賞期可以說是只是保護消費者，而沒有考量到開發者的權益。

2.虛擬商品畢竟無法看到實物，所以當消費者購買商品時收到的商品與網路上看到的資訊不符合，會使消費者權益受到傷害，而實體商品可以知道實體的資訊讓購買者比較好選擇是否購買。

3.從Google案來看，制定一些手機消費者法令來確保消費者的權益，也可以維護開發者的權益，法令也可以排除一些不良的開發者與軟體，例如要上架付費前可以先測試這個軟體的使用程度是否有用和價格是否合理。

謝文瑋:

北市對google不願意配合而開發百萬，小組試就此案例列舉正反意見，對其合理性探討。

ANS:7天的鑑賞期 主要是保護消費者的權益這是好的,但是對開發者來說是不利的

2虛擬商品與實體商品不同是否應有所不同，小組試就此案例列舉正反意見。

ANS:虛擬商品難免會與實體商品有落差,所以當消費者買到跟資料有所不同的東西時,會讓消費者的權益受到傷害,進而對網路購物的信心有所打擊,雖然虛擬商品快速 便利 但保證度上會有所落差 所以還是買實體商品至少可以親自查看是否喜歡

陳逸涵:

1.北市對google不願意配合而開發百萬，小組試就此案例列舉正反意見，對其合理性探討。

 ANS：

　＊消費者在購買前，根本無法從試用版檢視到完整的商品內容。因此無法滿足"提供消費者得於適當期間檢視商品機制"的條件， 我認為不能因為有試用版就免除7天鑑賞期。

　＊他寫的是7天"不需要任何理由可退貨"，沒有說鑑賞，因為在英國沒有鑑賞或試用，退貨的東西'要全新，有些東西還要未拆封(當然如果有商店佛心來的我想消費者也不會反對)，然後他強調他退貨是有理由,因為APP的內容或品質不是他想要的，很多是15分鐘無法判斷。

2.虛擬商品與實體商品不同是否應有所不同，小組試就此案例列舉正反意見。

 ANS：

    ＊除了要主動發掘顧客需求外，還要能創造顧客的感動。就如同以前的雜貨店一樣，試著和所有顧客變成朋友。不論是實體或虛擬，顧客重覆購買，才是經營的重點。網路開店的重點，在於快速。問題回覆、商品上架、出貨及退貨處理的速度，均要能滿足顧客心中的期待，甚至超乎顧客的期待，才能成功。但是，網路開店就如同實體開店一樣，無法從文字或書籍中學會，必需從實際運作中，不斷的體驗及研究。實體商店要踏入網路購物這個領域，還是有非常大的問題！

何宜達:

1.北市對google不願意配合而開發百萬，小組試就此案例列舉正反意見，對其合理性探討。

 ANS：

　＊消費者在購買前，根本無法從試用版檢視到完整的商品內容。因此無法滿足"提供消費者得於適當期間檢視商品機制"的條件， 我認為不能因為有試用版就免除7天鑑賞期。

　＊他寫的是7天"不需要任何理由可退貨"，沒有說鑑賞，因為在英國沒有鑑賞或試用，退貨的東西'要全新，有些東西還要未拆封(當然如果有商店佛心來的我想消費者也不會反對)，然後他強調他退貨是有理由,因為APP的內容或品質不是他想要的，很多是15分鐘無法判斷。

2.虛擬商品與實體商品不同是否應有所不同，小組試就此案例列舉正反意見。

 ANS：

    ＊除了要主動發掘顧客需求外，還要能創造顧客的感動。就如同以前的雜貨店一樣，試著和所有顧客變成朋友。不論是實體或虛擬，顧客重覆購買，才是經營的重點。網路開店的重點，在於快速。問題回覆、商品上架、出貨及退貨處理的速度，均要能滿足顧客心中的期待，甚至超乎顧客的期待，才能成功。但是，網路開店就如同實體開店一樣，無法從文字或書籍中學會，必需從實際運作中，不斷的體驗及研究。實體商店要踏入網路購物這個領域，還是有非常大的問題！

陳政勳:

1.北市對google不願意配合而開發百萬，小組試就此案例列舉正反意見，對其合理性探討。

 ANS：

　＊消費者在購買前，根本無法從試用版檢視到完整的商品內容。因此無法滿足"提供消費者得於適當期間檢視商品機制"的條件， 我認為不能因為有試用版就免除7天鑑賞期。

　＊他寫的是7天"不需要任何理由可退貨"，沒有說鑑賞，因為在英國沒有鑑賞或試用，退貨的東西'要全新，有些東西還要未拆封(當然如果有商店佛心來的我想消費者也不會反對)，然後他強調他退貨是有理由,因為APP的內容或品質不是他想要的，很多是15分鐘無法判斷。

2.虛擬商品與實體商品不同是否應有所不同，小組試就此案例列舉正反意見。

 ANS：

    ＊除了要主動發掘顧客需求外，還要能創造顧客的感動。就如同以前的雜貨店一樣，試著和所有顧客變成朋友。不論是實體或虛擬，顧客重覆購買，才是經營的重點。網路開店的重點，在於快速。問題回覆、商品上架、出貨及退貨處理的速度，均要能滿足顧客心中的期待，甚至超乎顧客的期待，才能成功。但是，網路開店就如同實體開店一樣，無法從文字或書籍中學會，必需從實際運作中，不斷的體驗及研究。實體商店要踏入網路購物這個領域，還是有非常大的問題！