

如何提高營業額-以量販店為例

專題研究學生：991050201 楊志堯 991050234 王家鑫

991050239 洪凱倫 991050243 張雅婷

指導教授：李明亮 教授

研究背景與動機：

現今，各個市場競爭激烈，我們發現量販店業者除了帶動經濟成長之外，同時與其他業者一樣，促銷手法多元化，近年來大型連鎖量販店群起林立，消費者在消費的時候也有了更多元化的選擇。而各個連鎖販賣店五花八門的促銷手法競爭甚為激烈。我們想要去了解這些多樣化的促銷方式，什麼才是能夠有效的吸引消費者的促銷方式；這是我們在這次專題中，想要去研究與探討的部分。

研究方法：

(一)蒐集資料與文獻

(二)擬定研究主題

(三)分組進行

a. 分析行銷策略與管理方式

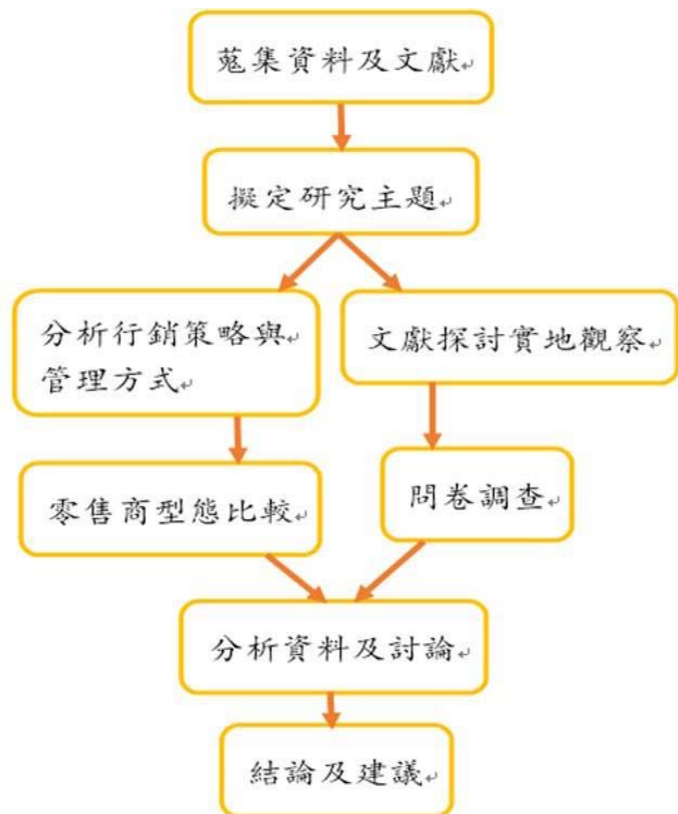
↓
零售商型態比較

b. 文獻探討實地觀察

↓
問卷調查

(四)分析資料及討論

(五)結論與建議



在本次問卷調查中研究顯示：

1. 消費者經常去的量販店，不一定是最具吸引力的，可能只是在住家附近，或是因消費者習慣。
2. 促銷活動能吸引顧客購買商品，但能吸引顧客的主要條件仍是商品的多元化選擇。
3. 雖然大多數人會先考量商譽是否良好，但消費者仍會忠於特定量販店，即使形象不好也沒關係；由此可推論出消費者的消費行為仍然選擇習慣與信任。
4. 消費者雖然能接受電式行銷廣告而被吸引，但不一定會只因電式行銷廣告的傳達，而使消費者消費。

