

大賣場行銷手法之研究

專題研究學生：991050210 游孟哲 991050215 薛有晉

991050223 徐偉宸 991050244 李旻哲

指導教授：王惠民

研究動機：

現在日常生活中大賣場林立，走在路上處處可見，舉凡日常用品、五金商品、文具用品、生鮮食品、運動用品、保健用品、保健器材、3C商品等，各式不同的品牌產品也提供給消費者多樣化的選擇，逐漸的成為大家生活中不可或缺的店家之一。

目前市場中連鎖大賣場也有不少的競爭對手，例如：大潤發、家樂福、愛買、好事多等，根據市場佔有率來看又以家樂福及大潤發兩間大型連鎖賣場為首，因此本研究想針對這兩間賣場為例，探討他們的行銷手法，如何在眾多的競爭對手中脫穎而出並且深得消費者認同繼而站穩市場，賣場商品的選擇性、陳列方式、行銷手法、價格、賣場人員的專業度和服務態度等，都是我們想深入探討的重要指標，藉此分析出消費者到家樂福及大潤發購物何者較受消費者所喜愛而搶攻下市場的佔有率。

研究方法：

本文的研究方法來自於問卷調查和分析，針對家樂福和大潤發的行銷手法、服務態度、環境擺設以及品質改善，作為主要調查的四大綱。流程表如下：

根據我們對問卷的統計結果做分析找出了五大主要發現：

(1.) 消費者對於兩家業者會員卡集點紅利方式的喜好度不同

(2.) 消費者對於會員卡紅利優惠方式的喜好度不同

(3.) 店家開放線上購物對消費者的重要性

(4.) 購買指定商品加贈會員紅利點數對消費者的影響

(5.) 設有專櫃人員對產品做介紹對消費者的影響。

