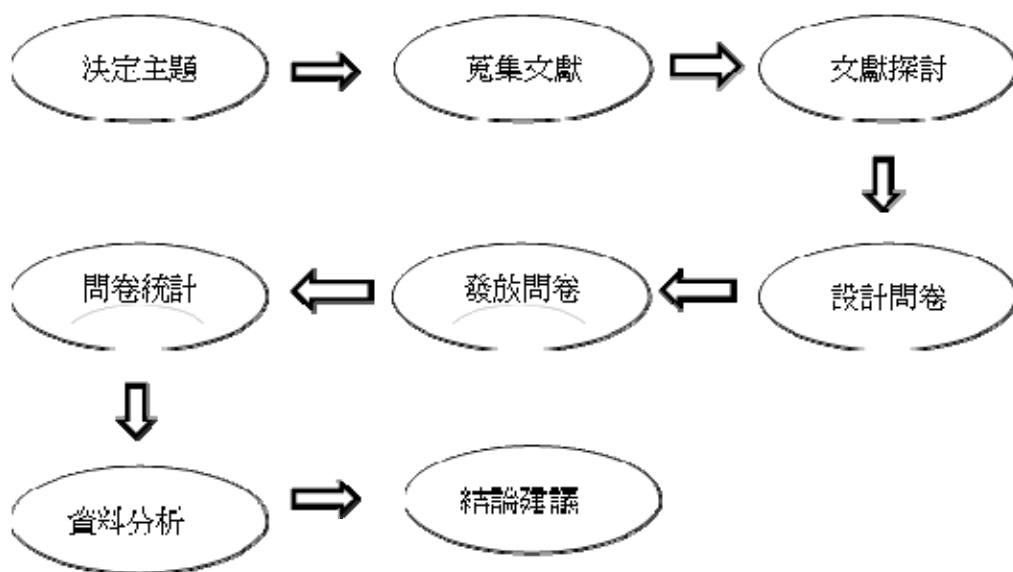


藥妝店行銷手法之研究

專題研究學生：981050112陳品慧 981050114張嘉容 981050121吳佩頤

指導教授：李明亮

愛美已經不再是女人的專利，現代的社會不論男女都希望擁有漂亮和俊俏的臉孔，因此，市面上越來越多藥妝店興起，但這麼多種藥妝店如何可以讓消費者安心購買，又可以獲得更大商機，便是本研究所要探討的主題。本研究採用問卷發放的方式，藉以分析消費者對於屈臣氏及康是美藥妝店的行銷手法、服務態度、環境擺設以及品質改善等消費者滿意度之調查。透過問卷數據逐條分析以及交叉分析後得知五項主要發現：（一）消費者對於兩家業者會員卡集點紅利方式的喜好度不同，（二）消費者對於會員卡紅利優惠方式的喜好度不同，（三）店家開放線上購物對消費者的重要性，（四）購買指定商品加贈會員紅利點數對消費者的影響，（五）設有專櫃小姐做介紹對消費者的影響。



結論

環境生活的變遷藥妝店如雨後春筍般不斷的出現在人們的生活周遭，漸漸成為人們生活中重要的採購商家，藥妝店不僅僅是主打保健食品、美妝、保養品，還有很多在生活上不可缺少的日常用品，而且商品選擇性琳瑯滿目讓消費者有多重選擇，所以根據目前市場上的藥妝店，本研究針對屈臣氏及康是美這兩間代表性的連鎖藥妝店業者做為本研究對象。本研究深入探討兩間業者的營運現況、市場環境、及行銷手法等，設計出一份問卷來做市場滿意度調查，問卷針對4大方向：行銷手法、服務態度、環境擺設及品質改善等，根據本研究對問卷的統計結果做分析找出了五大主要發現：（一）消費者對於兩家業者會員卡集點紅利方式的喜好度不同，（二）消費者對於會員卡紅利優惠方式的喜好度不同，（三）店家開放線上購物對消費者的重要性，（四）購買指定商品加贈會員紅利點數對消費者的影響，（五）設有專櫃小姐做介紹對消費者的影響。

藥妝店的商品性質雖然雷同但根據店家的營運模式對消費者的影響就會有很大的不同，在這充滿競爭的市場中如何穩固自己的地位是每家業者的目標，這當中最重要的就是要去抓住消費者的需求，如此才能吸引消費者的購物慾望，而且面對市場中的瞬息萬變業者也要不斷的去創新及改革才能在市場中更具競爭力。

