

iPhone的行銷策略之建議

專題研究學生：103105201翁承義

指導教授：李明亮

研究動機：

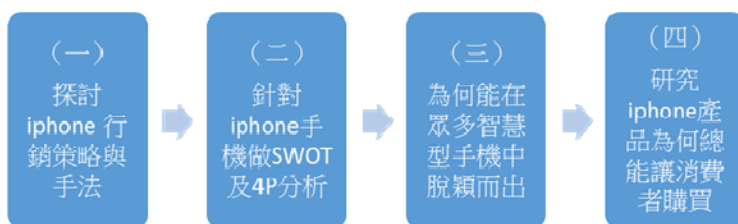
在古人類，因科技不發達指用飛鴿傳遞訊息，隨著時代的進步智慧型產品更是不可或缺，而不管到哪裡每人手裡都有一台智慧型手機顯然已經成為人類不可或缺的一項產品，無論走到哪能最快隨時了解最新的資訊，使科技與世界變得零距離。

最一開始的手機只有普通的按鍵式通訊功能，慢慢地到現在只要全螢幕就能做到打字的功能還有與相機結合在一起，使我們在日常生活中方便許多，而對於在高科技產品中的我們對手機依賴度很深，每個人人手都一隻手機的社會中，蘋果公司能有什麼能耐再這麼激烈的手機市場中屹立不搖的，卻還一直突破及創新著？想了解這間公司為什麼能屹立不搖，為什麼能走在這時代的最尖端，而為什麼能在各科技產業中壯大生存。

擁有一個蘋果的產品不只需求所需，而是代表著流行的象徵，每次只要它一發新產品都會使很多愛蘋果的忠實粉絲關注，而也受到各媒體關注及報導，不僅引起全球風潮和話題也寫下一頁又一頁的銷售紀錄。手機本身的設計，傳達了蘋果精緻低調和走在世界的尖端，在這當中也理解到不管是蘋果愛好者還是想一探究竟對這個品牌有沒有達到相對的期望值，才能創造了今天的蘋果公司。

研究目的：

- 一、探討iPhone行銷策略與手法。
- 二、iPhone手機做SWOT及4P分析。
- 三、為何能在眾多智慧型手中脫穎而出。
- 四、研究iPhone產品為何總能讓消費者購買。



結論：

iPhone已經重新定義了手機，手機不再是以前只能用來打電話或傳簡訊的工具了，它針對各年齡層的需求不同，創新了許多類型的軟體，而消費者也能依照自己的喜好選擇適合自己的軟體下載，為生活帶來了更多的方便。而藉由這些因素，也促使iPhone成為全球性的熱潮。

