

投稿類別：商業類

篇名：

誠品書店之顧客滿意度分析－以高雄市 S 職校學生為例

作者：

林芊妤。私立樹德家商。高三 05 班

張璫文。私立樹德家商。高三 05 班

張博淵。私立樹德家商。高三 05 班

指導老師：

郭有卿老師

## 壹●前言

### 一、研究背景與動機

在休閒時間裡，有些人會看書籍度過閒暇時間，最常去挑選及購買書籍的書店，就是家喻戶曉的「誠品」！讓我們最想了解的是為什麼誠品那麼受消費者青睞？為什麼大家去書店時第一時間都會想到誠品。

促使本組想探討誠品書店的動機是氣氛，進入誠品時，總是能感受到一股休閒氣氛，誠品是用什麼方法營造出這種氛圍呢？又是如何用優勢留住顧客，使顧客願意成為誠品的忠實客群？

本研究目的在於，針對誠品書店的顧客作為調查對象，以了解顧客對於誠品書局的服務品質、顧客忠誠度、顧客滿意度以及對其認知程度為何。

### 二、研究目的

- (一) 探討誠品書店的經營理念
- (二) 探討誠品書店的行銷策略
- (三) 探討誠品書店的SWOT分析
- (四) 探討誠品書店顧客滿意度分析

### 三、研究方法

#### (一) 文獻分析法

運用書籍資料、網路及親自到誠品書店蒐集有關誠品的各項資料加以做彙整及分類整理。

#### (二) 問卷調查法

主要以年輕族群為研究就調查對象，因此以高雄市S職校的商科學生進行問卷調查的對象，發放問卷收回之後，將先統計再進行結果分析，最終製作統計分析圖來讓統計結果明瞭的呈現。

## 貳●正文

### 一、文獻探討

## (一)企業文化

誠品書店由吳清友在於1989年創辦初期以販售藝術人文方面的書籍為主，之後轉型為綜合性書店，同時結合商場經營。

1989年創立至今，誠品秉持「連鎖而不複製」的經營理念，以多元店型接觸各地閱讀族群。誠品從一家小型人文藝術書店開始，漸次發展為以文化創意為核心之複合式經營模式，目前營運範疇包含各地特色書店、藝文展演活動、生活風格商場和美食餐旅事業。(引用改編自誠品官網)

## (二)企業理念

誠，是一份誠懇的心意，一份執著的關懷。品，是一份專業的素養，一份嚴謹的選擇。

誠品的英文名稱，eslite，由法文古字引用而來，為菁英的意思，意思是努力活出自己生命中精彩的每一個人。取名誠品，代表著誠品對美好社會的追求與實踐。(引用改編自誠品官網)

## (三)經營特色

誠品是多角化經營，除了最知名的特色書店之外旗下還包含了餐飲事業、精品館、藝術基金會、畫廊、生活文創平台以及誠品物流。這麼多元化的誠品在未來潛力市場包括了電子商務、綠色能源產物、生物科技產業。

## (四)行銷4P策略分析

- 1.產品：誠品書店目前所包含的書籍總類廣闊，連產品也很廣泛但都是跟書有所關聯的例如：筆記本、筆、書籤、紙膠帶、．．．等等。而為什麼消費者會喜歡去到誠品的原因不外乎誠品書籍廣泛，連文具用品都結合了時下知名部落客所畫的繪圖，而這些文具用品又只有在誠品書店裡所販售。
- 2.價格：誠品書店所販售的價格不算低，但會選擇前往購買的消費者就是已經對價格有所接受，但如果是以暢銷書來講，誠品都有一些有關暢銷書的折扣，而誠品也會把暢銷書都歸納整理成一個專櫃來方便消費者選購。
- 3.通路：誠品擁有實體店面以及網路商店，實體店的方面消費者試閱而網路商

店則是方便消費者購買。除此之外誠品並沒有更廣為人知的銷售通魯路。



圖

2-1 誠品實體店面

(誠品官網截圖整理[http://www.eslitecorp.com/Site/Site\\_List.aspx?a=TW&l=b&sc=TW&sa=S](http://www.eslitecorp.com/Site/Site_List.aspx?a=TW&l=b&sc=TW&sa=S))

4.促銷：誠品書店他的促銷方式大致上有分為，暢銷書籍、加入會員以及誠品網路書店上的精選活動，但誠品書店並沒有著重在於推廣及促銷方面，誠品書店反而採取被動式的方法，讓想買書的消費者自行發現那些促銷的活動。(行銷4P策略參考行銷學I第33頁)



圖2-2 誠品網路上的促銷活動

(誠品官網截圖[http://www.eslite.com/stores/playground/140901\\_member/](http://www.eslite.com/stores/playground/140901_member/))

## (五) 誠品SWOT分析

表1 誠品SWOT分析表

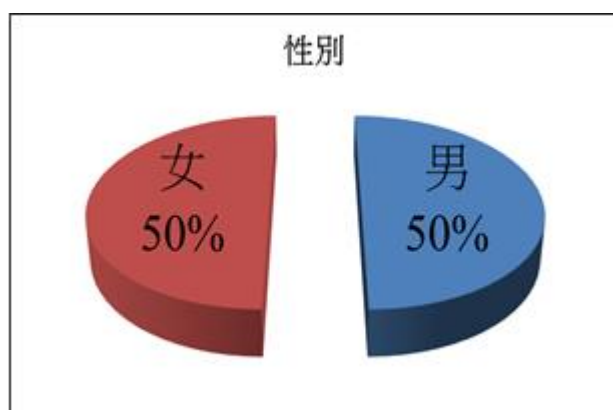
優勢	劣勢
1. 書店的格局清楚明瞭有助於消費者選購書籍 2. 環境安靜整潔，提供消費者一個好的選書環境 3. 一些暢銷書籍有提供消費者免費閱讀	1. 因重於環境氣氛，導致於光線較暗 2. 價格較偏高，除了原本就想購買書的消費者之外，可能沒辦法讓較衝動的消費者購買 3. 因在購物中心當中，人潮有時過多會顯得吵雜
機會	威脅
1. 現代社會重視休閒氣氛 2. 文創產業崛起 3. 可以結合便利商店，販賣暢銷書	1. 容易被較低價的網路書局汰換 2. 會被通路較為方店的書店取代 3. 電子書取代實體書

(本小組自行整理，參考商業概論I第59頁)

## 二、問卷統計及分析

採用問卷調查法總共發放200份問卷，回收有效問卷176份，有效回收率為88%，統計分析結果如下：

### (一)基本資料



說明:發放問卷後回收的百分比數為女50%，男50%。由我們所發出的問卷得知誠品消費之消費者男女各半。

圖2-3性別

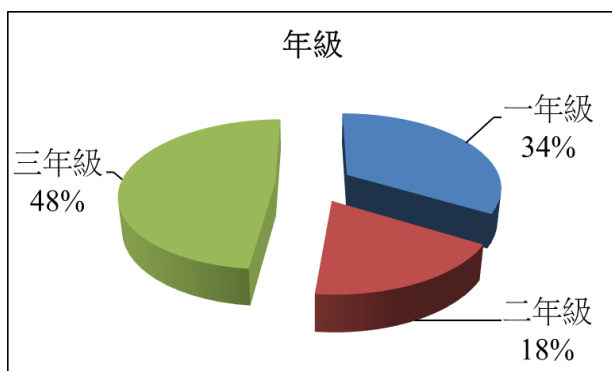


圖2-4 年級

說明: 發放問卷後回收的百分比數為一年級34%，二年級18%，三年級48%，由此可知職校內較常光顧誠品的年級傾向於S職校中的三年級。

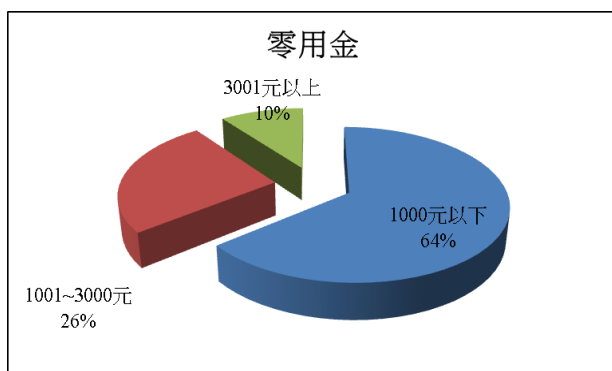


圖2-5 零用錢

說明: 發放問卷後回收的百分比數為1000以下64%，1001~3000 26%，3001以上10%。由圖表的數據可得知，現在的高職生每月零用金傾向於1000元以下，家長可能還不放心給孩子太多的金錢，以免孩子價值觀偏差。

## (二)消費者行為

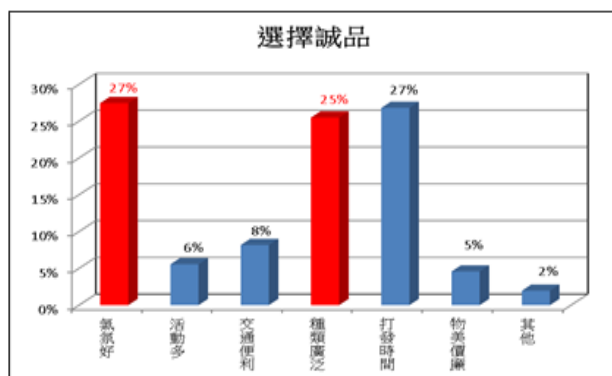


圖2-6 選擇誠品原因

說明: 發放問卷後回收的百分比數為氣氛好27%，活動多6%，交通便利8%，種類廣泛25%，打發時間 27%，物美價廉5%，其他2%。由上圖表得知，選擇誠品的消費者較多以誠品氣氛好以及打發多餘時間其次為種類廣泛。

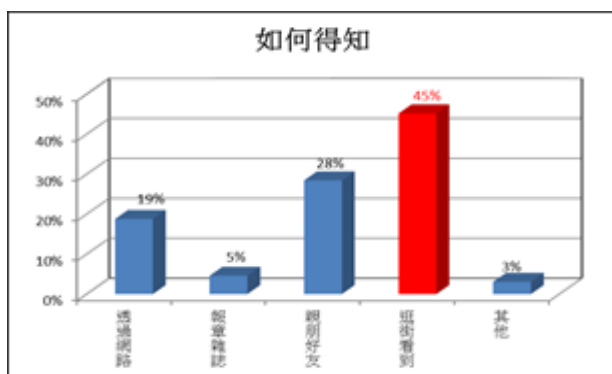


圖2-7 如何得知

說明: 發放問卷後回收的百分比數為透過網路19%，報章雜誌5%，透過朋友28%，逛街看到45%，其他 3%。透過我們發出的問卷可以得知，所有得知誠品的來源幾乎都是逛街看到。

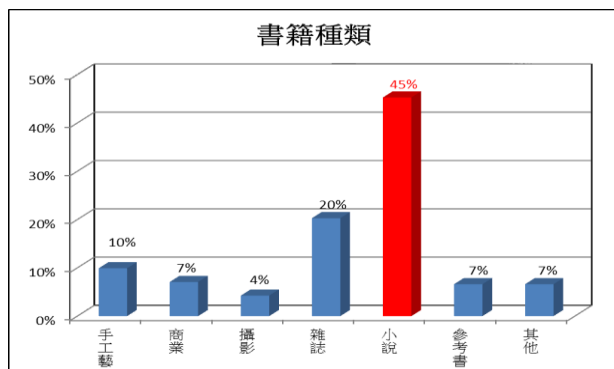


圖2-8 書籍種類

說明: 發放問卷後回收的百分比數為手工藝10%，商業7%，攝影4%，雜誌20%，小說45%，各類參考書7%，其他7%，誠品的書籍種類很多種，但以上面的結果示S職校裡的消費者大多都是喜歡小說書籍區的。

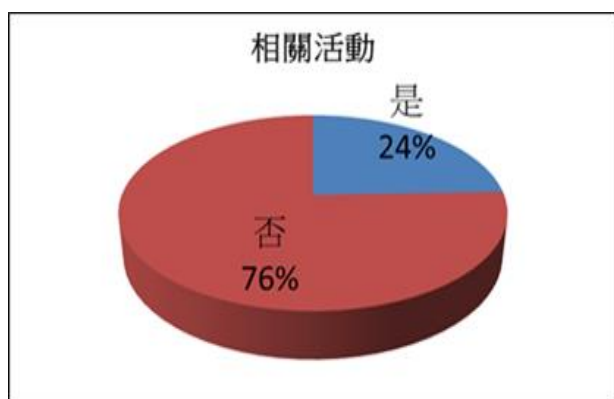


圖2-9 相關活動

說明: 發放問卷後回收的百分比數是為24%，否為76%，這問題顯示了大多數人是不知道或者不瞭解誠品的相關活動的，對於這點我們可以建議誠品多打網路廣告或者是平面廣告，增加曝光率讓消費者得知有此活動。

### (三)消費者滿意度

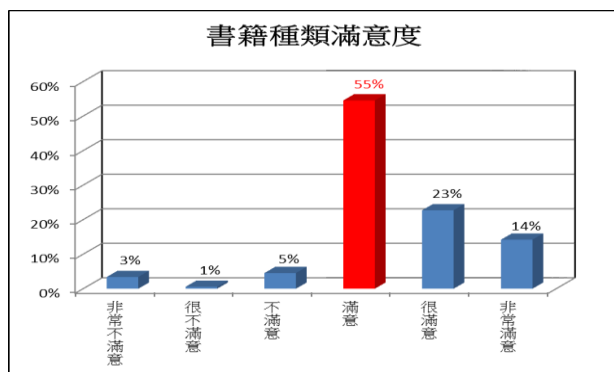
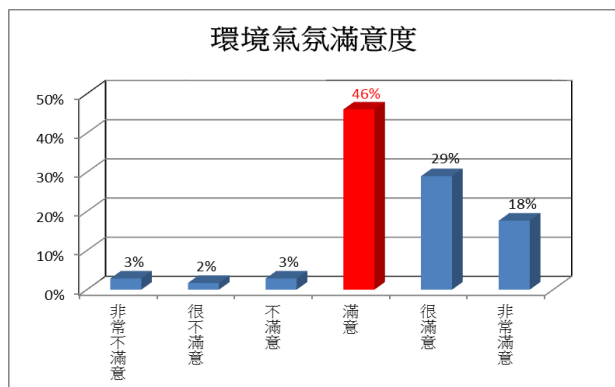


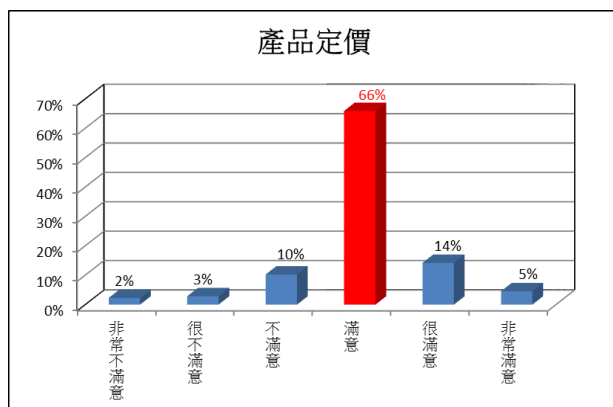
圖2-10 書籍種類滿意度

說明: 發放問卷後回收的百分比數為非常不滿意3%，很不滿意3%，不滿意5%，滿意55%，很滿意23%，非常滿意14%，這問題是針對消費者對於誠品書籍種類滿意度的調查，表示大多數去過誠品的消費者是滿意誠品書店的書籍種類的。



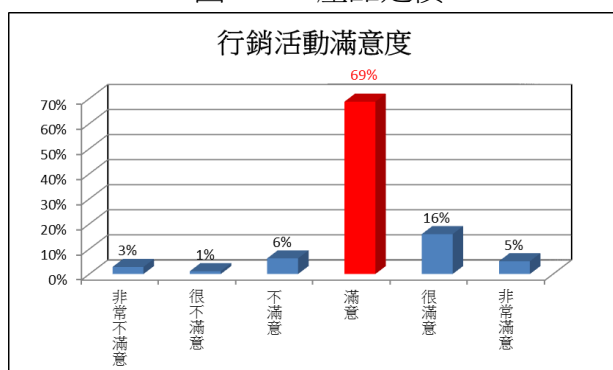
說明: 發放問卷後回收的百分比數為非常不滿意3%，很不滿意2%，不滿意3%，滿意46%，很滿意29%，非常滿意18%，這表示對誠品來說是一大的特點，而我們對這一點提出滿意度的調查，並發現消費者對誠品的環境氣氛是的。

圖2-11環境氣氛滿意度



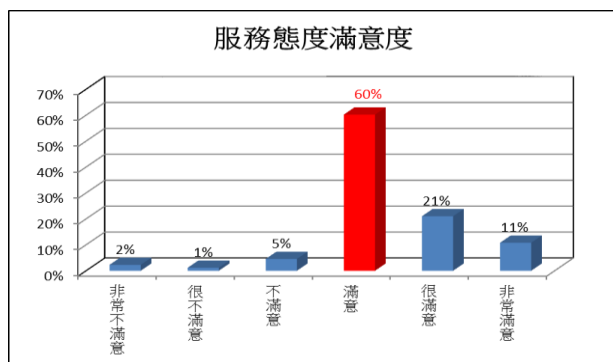
說明: 發放問卷後回收的百分比數為非常不滿意2%，很不滿意3%，不滿意10%，滿意66%，很滿意14%，非常滿意5%，一個產品定價是很重要的，一個符合產品的定價會讓消費者接受而購買，而我們提出了誠品定價的滿意度調查而回收的結果有大多數消費者都是滿意的。

圖2-12 產品定價



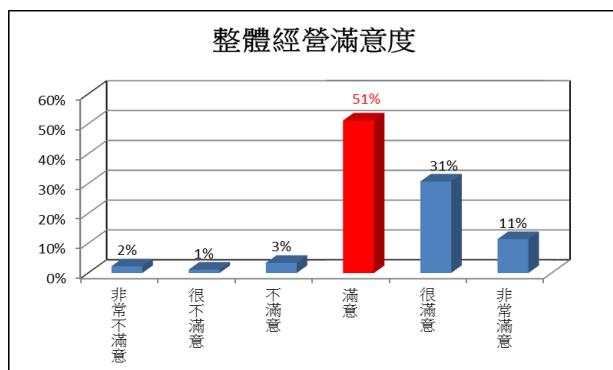
說明: 發放問卷後回收的百分比數為非常不滿意3%，很不滿意1%，不滿意6%，滿意69%，很滿意16%，非常滿意5%，誠品會依不同時間做出的活動，而我們就對這點提出調查，而回收後的結果是大多消費者都滿意。

圖2-13 行銷活動滿意度



說明: 發放問卷後回收的百分比數為非常不滿意2%，很不滿意1%，不滿意5%，滿意60%，很滿意21%，非常滿意11%，誠品屬服務業，而服務業最重要的就是員工面對消費者的服務態度，而消費者大多都是肯定誠品的服務態度的。

圖2-14 服務態度滿意度



說明: 發放問卷後回收的百分比數為非常不滿意2%，很不滿意1%，不滿意3%，滿意51%，很滿意31%，非常滿意11%，消費者對於誠品的整體經營是給予肯定的。

圖2-15 整體經營滿意度



## 參●結論

### 一、結論

本組透過文獻分析法及問卷調查法探討誠品書店，所得到的結果如下：

- (一)在問卷部分(圖2-7)本小組了解，消費者得知誠品的來源為逛街看到，佔了問卷結果的45%，延伸知道誠品的室內裝潢是非常的獲得消費者認同。
- (二)在回收可用問卷部分(圖2-9)的問題當中本小組得知有76%的消費者是不瞭解誠品的相關活動。
- (三)在問卷結果(圖2-6)得知消費者會選擇誠品的原因以問卷當中的氣氛佳(佔了問卷結果的27%)及種類廣泛(同樣佔了27%)其次為打發時間(佔了問卷結果25%)。
- (四)誠品書籍種類豐富是消費者所知道的，而本小組在回收的可用問卷當中我們了解，眾多的書籍種類當中最受青睞的是小說區的書籍(佔了問卷當中的45%)。
- (五)誠品書店的環境氣氛是書店中的一大特點，本小組針對這點在問卷當中提問了消費者對於環境氣氛的滿意度(圖2-11)，而問卷結果當中滿意佔了46%這表示消費者對於誠品書店的氣氛是非常滿意的。
- (六)在問卷當中本小組了解，誠品書店受消費者青睞不僅是他的書籍種類廣泛(圖2-10)，對於消費者來說到書店所感受的服務態度也是一大重點，而這也是誠品的一大優勢(圖2-14)。

### 二、建議

根據研究部分，我們發現誠品曝光率不高，並針對這點提出改善建議：

- (一)經問卷調查發現，誠品如有推出相關活動，多數的消費者是不知道活動內容的，建議若有推出特別活動時可以多打網路廣告或平面廣告。
- (二)推出誠品APP讓顧客即時取得活動訊息。

- (三)建議誠品參與公益活動，這樣不但提升企業形象，也能提升誠品曝光率。
- (四)與學校圖書館合作將過期書報雜誌贈與學校圖書館讓學生閱讀，提高誠品在學校當中的曝光率。
- (五)舉辦閱讀心得比賽，以誠品優惠卷作為獎勵，提升來客率。

#### 肆●引註資料

1. 沈禎娥、朱敏慎、莊宏啟(2008)。商業概論I。台北市:啟芳出版社。
2. 沈禎娥、朱敏慎、莊宏啟(2008)。商業概論II。台北市:啟芳出版社。
3. 許文蘭、呂雅菁 (1998)。行銷學I。台北市:啟芳出版社。
4. 維基百科 截取日期為10月19日  
<http://zh.wikipedia.org/zh-tw/%E8%AA%A0%E5%93%81%E6%9B%B8%E5%BA%97>
5. 誠品官方網站。企業文化、企業理念。截取日期為10月19日  
<http://www.eslitecorp.com/TW/content.aspx?no=4.1.0>
6. 誠品官方網站。誠品實體店面。截取日期為11月20日  
[http://www.eslitecorp.com/Site/Site\\_List.aspx?a=TW&l=b&sc=TW&sa=S](http://www.eslitecorp.com/Site/Site_List.aspx?a=TW&l=b&sc=TW&sa=S)
7. 誠品官方網站。誠品網路上的促銷活動。截取日期為11月20日  
[http://www.eslite.com/stores/playground/140901\\_member/](http://www.eslite.com/stores/playground/140901_member/)