

作品簡介



消費者對

COSTCO

的消費行為之研究



量販店是一個專注於批量銷售的商業模式，除了供應食品、日常生活用品之外，還有電器、3C、精品專櫃等等...。隨著時代的演變，現今的量販店越來越多，隨處可見，許多人習慣一次性購足所需的商品，使得量販店成為消費者購物的首選。

為了減少成本，COSTCO創立了獨有的會員制，雖然一年要付約1200的會費，但消費者仍然對它情有獨鍾，原因在於它將低價、高品質，以及優質顧客服務有效結合，使得消費者認為花的每一分錢都是值得的。因此本研究針對深入探討消費者選擇COSTCO的消費行為作為出發點，是否達到消費者滿意之原因，並據此提供好市多的行銷策略建議。

● 研究內容

- (一) COSTCO行銷策略
- (二) COSTCO與本國量販店的比較
- (三) SOWT分析
- (四) 問卷調查與分析
- (五) 研究結論與建議

