

樂天桃猿 行銷策略與滿意度分析

研究動機：比較各隊經營策略之優缺點，並提供經營與研究之核心參考。

一、SWOT 交叉分析

SO 增長策略

1. 結合啦啦隊與社群經營，提升粉絲參與與現場體驗。
2. 發展深度會員制度，強化忠誠度與會員價值。

ST 多元策略

1. 整合娛樂活動與異業合作，擴大品牌曝光與收入來源。
2. 推出創新周邊商品與活動內容，吸引多元族群。

WO 扭轉策略

1. 優化動線與座位體驗，提升服務品質。
2. 建置數據分析系統，精準掌握球迷行為。

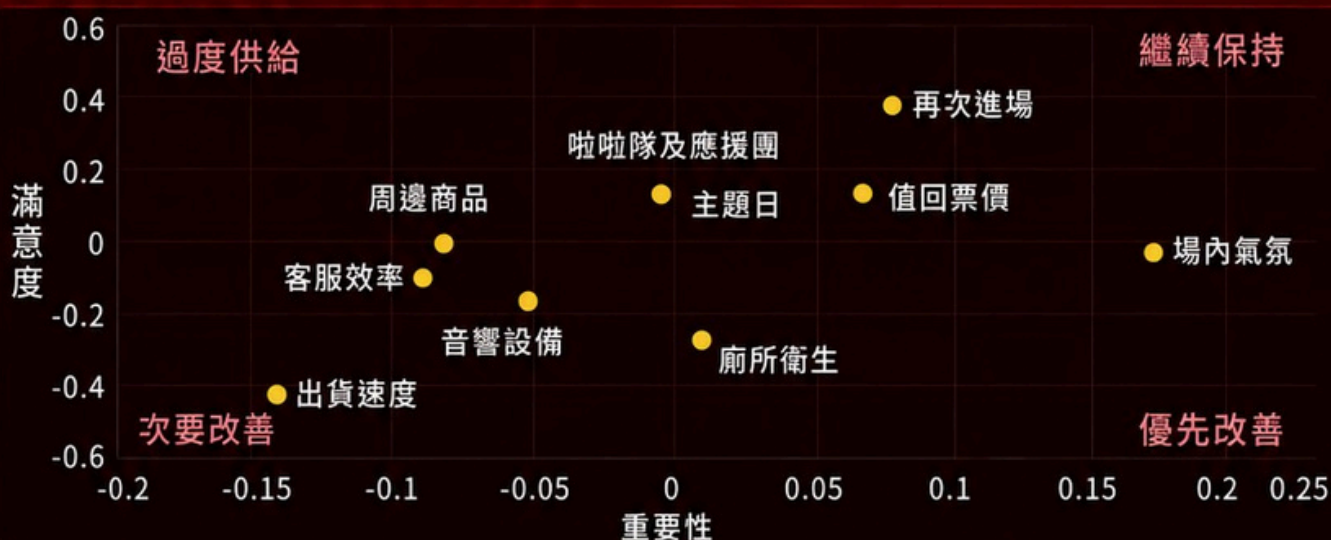
WT 防禦策略

1. 控制支出，優化資源分配，避免浪費。
2. 強化品牌經營與溝通，降低負面聲量風險。

二、服務品質五構面分析

服務構面	具體指標與現況
有形性	場館設施與周邊商品具高識別度，視覺呈現與品牌一致性佳。
可靠性	服務流程標準化程度高，且大多能滿足球迷需求。
回應性	官方回覆與處理速度尚可，但假日或熱門活動時仍有改善空間。
保證性	工作人員專業度高，提供穩定且值得信賴的服務。
關懷性	注重球迷互動與回饋，但個人化服務仍有提升空間。

三、IPA 服務滿意度交叉矩陣圖



四、結論與建議

- SWOT 交叉分析建議：善用優勢與機會，強化多元經營與創新體驗。
- 行銷策略建議：加強主題活動預告與宣傳，提升票務彈性與球迷參與度。
- IPA 分析建議：優先改善廁所衛生與出貨速度等項目，以提升整體滿意度。