

行銷環境與資訊

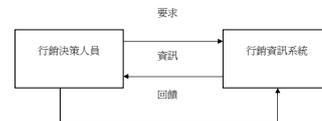
國立新竹教育大學
許建民

- 行銷工作的重心：『民之所欲，常在我心』
- 除了瞭解消費者的需求外，還要瞭解競爭對手的訊息
- 此外還有產業環境變遷的問題
- 有效率的搜集上述資訊，以科學化、系統化方式進行分析

- 為制定、執行和評估各項行銷決策，行銷者需要及時取得有關外部宏觀環境、競爭情勢、顧客行爲、市場銷售和內部產銷等各種行銷資訊。
- 在行銷資訊日趨複雜、競爭日益激烈、市場不斷擴大的年代，行銷者常需藉助科學的、系統的行銷研究(marketing research)和行銷資訊系統(marketing information system, MIS)，才能及時獲得所需的行銷資訊。

一、行銷資訊系統

- (一)行銷資訊系統的角色
 - 行銷資訊系統的目的在適時的提供給行銷決策者所需的資訊，協助決策者制定合適的行銷決策。



一、行銷資訊系統

- (二)資訊的種類
 - 行銷決策人員所需要的資訊通常取決於他們所面臨的行銷問題，以及他們所用以解決問題的決策結構這兩個因素。他們所要的資訊主要包括：
 - -有關銷售的資訊：
 - -有關顧客反應的資訊：
 - -有關競爭情勢的資訊：
 - -有關外部環境的資訊：



一、行銷資訊系統

- (三)行銷資訊系統的內容
 - 1.估計資訊需要
 - 2.取得所需的資訊
 - 3.分析資訊
 - 4.分發和使用資訊四個部份



● **【估計行銷資訊需要】**

- 行銷資訊系統主要是為行銷主管和其他主管服務，有時也會為組織外部的合作夥伴提供資訊服務。因此要依據他們所需要的資訊種類來提供。



● **【取得所需的資訊】**

- 行銷者可以從內部資料庫、行銷情報和行銷研究取得
 - -內部資料庫：從公司內部的資料來源取得訊息
 - 『健身俱樂部』
 - 『大學體育室』
 - 『消書場』
 - 『購票申請書』
 - -行銷情報：有系統的搜集和分析有關競爭者和市場上的公開資訊
 - 『行銷資訊公司』
 - 『運動用品製造商協會』
 - 『外部商業資料』
 - 『配銷商、零售商、中間商』
 - 『購買競爭對手產品』
 - 『建立顧客諮詢樣本』
 - -行銷研究：針對特定問題進行正式的行銷研究專案。
 - 『問卷調查』
 - 『電話訪談』
 - 『人員訪談』



● **【分析資訊】**：利用統計分析工具、分析模式

- 『多元迴歸分析』、『相關分析』、『因素分析』、『區別分析』、『集群分析』

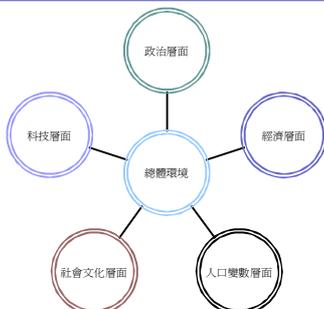


● **【分發和使用資訊】**：用以改善行銷決策

- 『產品設計』、『定價』、『媒體組合』、『行銷組合』、『店址選擇』



二、產業環境分析-總體環境



- 政治層面
 - 法律或政策對產業的影響
- 經濟層面
 - 經濟成長率、景氣狀況、匯率、失業率、可支配收入
- 人口變數層面
 - 人口結構、不同世代生活與消費型態
- 社會文化層面
 - 審美觀、流行、次文化
- 科技層面
 - 產品技術、製造技術、資訊科技

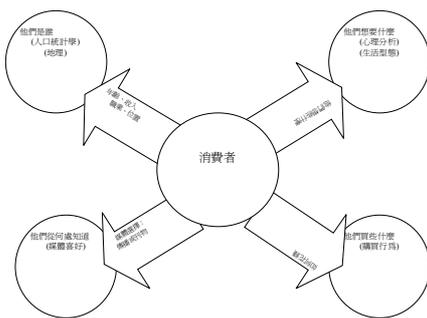
二、產業環境分析-個體環境

- 競爭企業
 - 利用產業觀點及市場觀點確認競爭企業
 - 確認在產業的地位
 - 瞭解競爭企業的目標及策略
 - 進行企業營運層面之比較
- 消費者
 - 人口變項與消費行為



三、運動消費行為及其影響因素

- 許多成功的行銷者都花費很多的時間和金錢，用心去了解消費者的購買行為。他們思考的問題主要是：
 - -消費者是誰？
 - -消費者住在哪裡？
 - -消費者如何知道這些產品，以及產品之廣告？
 - -消費者對產品的忠誠度為何？



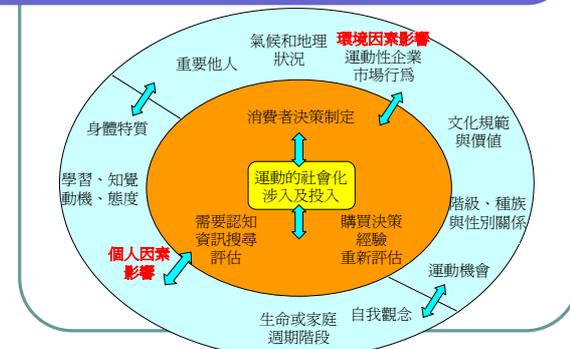
● 運動消費者

- 消費者是指為了個人或家庭的消費需要而購買產品/服務的購買者。由消費者所構成的市場稱為「消費者市場」。
- 以國內目前運動人口為例，籃球、游泳、慢跑是運動人口的前三名。
 - 人數推估
- 現場觀賞性運動只有棒球與籃球較受青睞
- 觀賞電視轉播最多者仍為棒球與籃球



- 進一步分析運動消費人口結構，可看出不同族群運動參與行為的差異
 - 年齡愈高，實際參與的比例就下降
 - 現場觀賞也有類似情況
 - 透過電視觀賞則在13-19和20-29歲間有些不同
 - 同樣的，運動世界也有性別的差異
 - 有些運動適合小朋友，也有些運動較受高齡者的青睞

四、影響消費者參與運動因素



不同學生時代對運動參與動機、參與型態的影響

參與型態	實際參與	現場觀賞	媒體觀賞	商品購買	資訊閱讀
時期					
小學	開始學習、運動量多	欠缺自主行動能力且無法長久觀賞	少量	以運動用品為主	少量
國中	技術成長	有自主能力到現場並為支持的球隊或球員加油	逐漸增加	開始購買球隊或球員的商品	逐漸增加
高中	逐漸變少	到現場的人數增加	喜歡以團體方式看球	以購買球隊或球員的商品為主	大量
大學	轉成從事運動	同上，支持的行為更多元化	同上	同上	同上，並表達自我看法

問題與討論

- 請選定任一大專院校的學生為抽樣母體，以分層與集體抽樣法說明你該如何處理
- 以本文所提及的政府相關單位為例，說明其進來的政策對運動消費行為可能的影響
- 假設某一單項協會需要針對其運動人口的數目及參與情況進行瞭解，由於過去並無相關研究資料，因此需要透過出及資料的蒐集找出答案，請針對此寫出行銷研究草案
- 請選定任何一家運動產業之企業，並了解其蒐集顧客資料的形態與方法。