

統一超商 7-11 行銷策略之研究

投稿類別：商業類

篇名：統一超商 7-11 行銷策略之研究

作者：

陳韋伶。私立樹德家商。高三 8 班
張幸雅。私立樹德家商。高三 8 班
黃頌雯。私立樹德家商。高三 8 班

指導老師：黃雅玫

壹●前言

一、研究動機

隨著時代的演進，便利商店逐漸佔領了我們生活的一部分，而 7-11 在各個城市甚至是全世界都能看到 7-11 的存在，我們發現從角落、轉角的一小處開起的 7-11，店面越開越大，甚至提供消費者桌椅休息，然而不僅提供消費者有舒適的休息空間，還提供了便利，現在的每一家 7-11 幾乎都有提供 ATM、繳費等的服務，不只是給消費者方便，同時 7-11 的業績也隨著這些行銷的手法逐漸的上升。由於 7-11 是廣受大家喜愛的便利的商店，不但帶給我們生活中不少方便，還不斷推出優惠的活動。希望我們能從這次的研究報告中，更清楚了解 7-11 經營的策略，如何抓住消費者的心，或者是有其他的特色吸引消費者光顧。

二、研究目的

我們主要探討的對象是統一超商 7-11，為了更深入了解 7-11 整個經營的商機、行銷手法等一些相關細節，所以我們做了這個研究報告，希望由此研究讓大家了解 7-11 的經營行銷手法，也能了解 7-11 在眾多超商中如此受歡迎...等等相關研究，還有大家耳熟能詳的 7-11 所獨創的 Open 將，它在 7-11 占了不少的風光，它的背後故事也是大家想去了解的。

三、探討問題

「在全世界的零售企業中，不論質和量都具代表性的 7-ELEVEN，能夠成長茁壯到今天這個規模，到底是靠什麼力量做到的？」(鈴木敏文，2004) 大家都知道 7-11 是個具有便利性的超商，但是它使用了哪些行銷策略和手法，讓【7-11】在超商界裡創出了好成績？7-11 創始的玩偶 Open 將帶來什麼商機？為了帶來更多的促銷活動，曾經與哪個廠商或哪些公眾人物合作過？還有 7-11 會這麼頗受好評，他原因在哪？這些是我們所要研究探討的主要問題。

貳●正文

一、經營理念

「從街頭到巷尾，你我永遠的鄰居7-ELEVEN，已超越既有的零售主力，跨統一超商足到全方位的便利生活服務。」（鈴木敏文，2004）7-11致力於正派穩健經營、服務與產品品質的提升及用心打動消費者的心，已與消費者建立強大的信賴感及忠誠度，該公司致力於產品與服務的創新，不斷推出高品質、高便利、滿足消費需求的新產品，積極進駐每一個不方便的空間，縮短與消費者的距離，提供消費者每一分、每一秒的便利。「結合實體店舖、供應商等，提供消費者豐富的商品種類及方便的購物管道，利用網路百貨的架構，販賣自營商品及他類商品。」（莊易達，2003）

二、7-ELEVEN 代表玩偶－Open 小將

7-11 選擇 Open 小將作為代言，讓人印象深刻的是他頭上像彩虹形狀的顏色，「藍色是夢想；綠色是勇氣；紅色是愛心。」因此 Open 小將受到大家的歡迎，提高 7-11 的購買意願。

三、集點活動

7-11推出的第一代集點活動是Hello Kitty週年紀念3D磁鐵只要消費滿66元就可以免費得到，用此方式來刺激消費者以著名的「卡通尚象」為題，吸引許多的顧客群。因為第一代磁鐵的影響，也接連推出了第二代、第三代，這些集點活動的迴響都有不錯的業績，不僅只有公仔還有與7-11的合作廠商，例如：星巴克、Mister Donut.....等，只要滿消費的金額就贈送點數，集滿就能夠到7-11兌換商品，或是到某知名廠商兌換買一送一優惠商品，因此這些知名的廠商也為7-11帶來了更多的利潤與業績。

四、7-ELEVEN 合作的廠商

合作廠商	活動內容
Mister Donut	35(含)元以下甜甜圈，1個 25元
國立傳統藝術中心	兩人同行一人免費
Afternoon Tea Tearoom	第二件七折或外帶蛋糕好禮二選一

21Century	歐式香草烤半雞優惠組，另外送歐式香草烤半雞乙個
康是美	BEING spa 依芙蘿拉 純精油沐浴組優惠價 320 元
聖娜多堡	季節限定商品買一送一
COLD STONE	經典冰淇淋 買一送一(脆餅、酷樂桶除外)
統一度假村	Open 小將套房全面對折
吉野家	咖哩牛肉丼組合套餐外加一碗牛肉丼
Starbucks	購買兩杯相同口味/容量/冰熱都一樣的飲料，買一送一則其中一杯由星巴克招待。

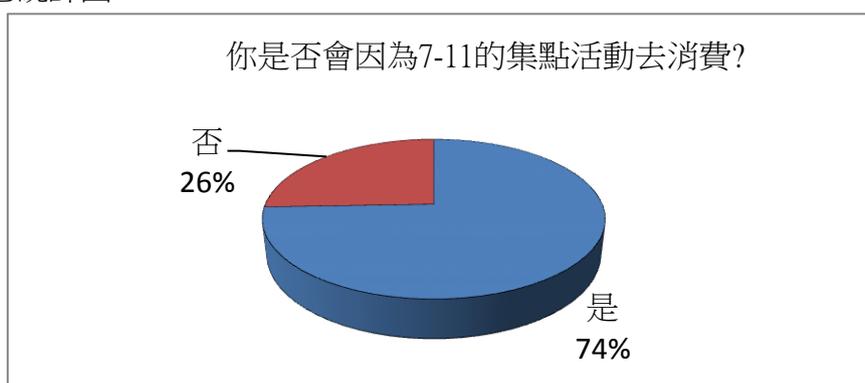
資料來源:<http://www.openopen.com.tw/event/10dream/card.asp>

以上所合作過的廠商大約列了幾家，只要與 7-ELEVEN 合作，皆享有買一送一或是特價優惠等的福利。

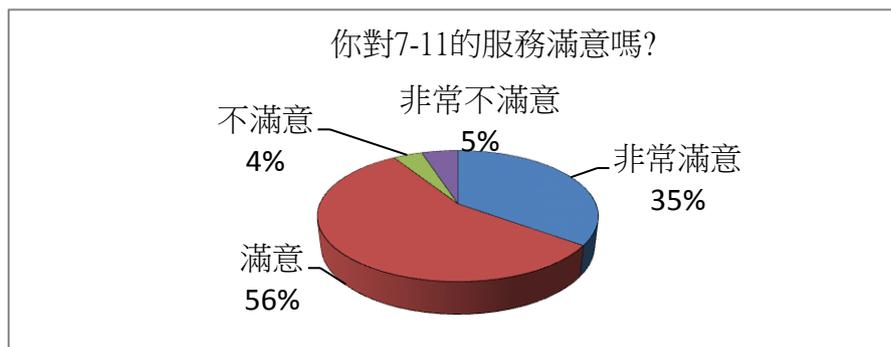
五、研究工具

針對這次的研究，了解 7-11 為何可以在如此競爭的環境下，能夠吸引社會大眾消費購買，並研究出讓 7-11 如此成功的因素，及實際透過問卷調查了解消費者對於 7-11 行銷策略的看法和滿意程度，幫助了解 7-11 如何成功的在市場上佔有一席之地。此問卷的內容包括對 7-11 產品的滿意度、集點兌換商品的吸引力與對日常生活的便利性(例:I bon、I cash、7-SELECT 等等…)。我們將會採用 Excel 來分析社會大眾對 7-11 的喜愛度。

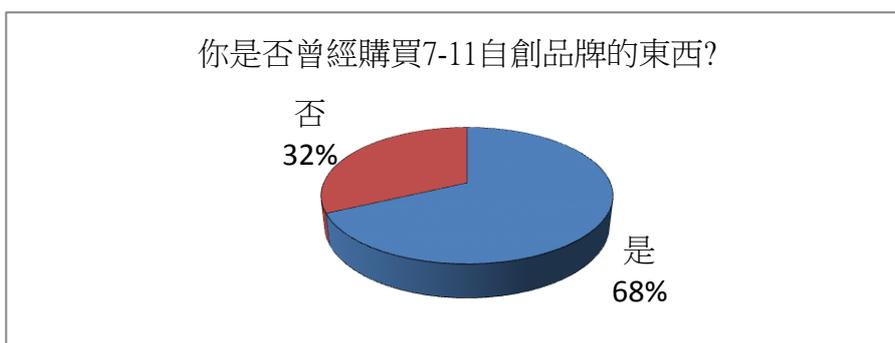
六、問卷統計圖



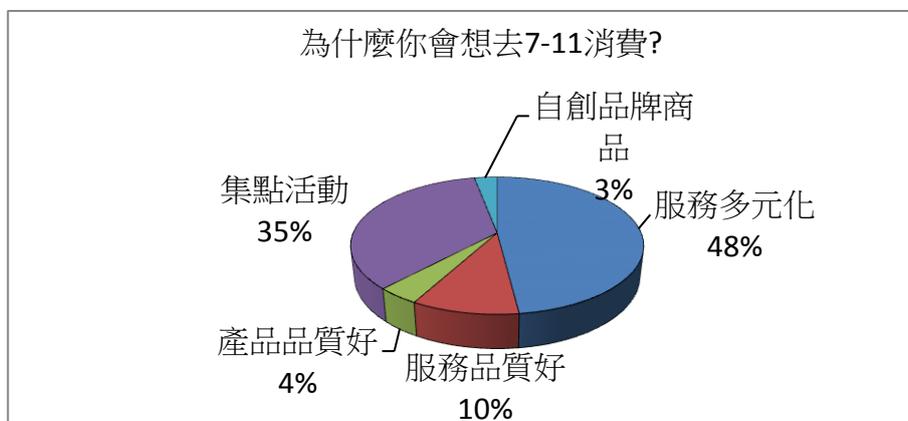
由圖可知，大部分消費者會到 7-11 消費是因為集點活動，顯然 7-11 的活動行銷是非常成功的，集點的活動也帶來很大的商機。



由圖可知，91%的消費者都非常滿意 7-11 的服務態度，因此許多消費者都會喜歡到 7-11 消費。



由圖可知，半數以上的民眾都知道 7-11 的自創品牌，然而自創品牌也逐漸的受到歡迎。



由圖可知，大部分消費者會到 7-11 消費是因為集點活動，顯然 7-11 的活動行銷是非常成功的，集點的活動也帶來很大的商機。

參●結論

根據本研究，可以分析出 7-11 行銷手法成功之條件

1. 集點活動

7-11 推出多樣化的集點活動，結合了各式各樣的產品，此方式刺激消費者以著名的「卡通肖象」為題，吸引所有的顧客群。本問卷統計，有 85% 的消費者都願意為集點活動而再次光顧。

2. 自創品牌

以 7-11 本身的的品牌所自創的商品包含食品、飲品、服飾等，以親民的價格進到市場裡，受到許多顧客的喜愛然而平價商品也可以很時尚。「開始發展自有品牌「7-SELECT」系列商品，提供減價、加量的超值商品。」（江佩君報導 2009/06/18）現在 7-11 的自創品牌也是眾所皆知的品牌。以此成功的闖出知名度來。

3. 合作廠商

為了使 7-11 更多元化，與許多知名度高的廠商一同合作，其中包含有 Starbucks、Mister Donut、等知名廠商，且皆享有買一送一或是特價優惠等的福利。

4. 服務態度

服務態度對一家商店是十分重要的。因這可讓消費者不只可以買到滿意的產品，而且還讓消費者的心情舒暢、滿意。本問卷統計，7-11 的服務態度完全無消費者不滿意，甚至還有過半數的消費者非常滿意。

從整體研究報告中，統整出 7-11 成功的行銷手法:好的服務、集點活動、多元化服務及各種合作廠商，不但提升消費者的購買意願，且也成功提升 7-11 的業績，使它成為便利商店的龍頭。

肆●引註資料

OPEN 小將 魔法世界(<http://www.openopen.com.tw/Blog/Blog.asp?id=93489>)

7-11 開發自有品牌

http://www.cardu.com.tw/news/detail.php?nt_pk=6&ns_pk=7130

7-11 官方網站(<http://www.7-11.com.tw/>)

經營理念

<http://tw.myblog.yahoo.com/msn106msn106/article?mid=8&prev=9&next=-1>

合作廠商 <http://www.openopen.com.tw/event/10dream/card.asp>

鈴木敏文（2004）。7-ELEVEN 經商之道。商周出版

鈴木敏文、緒方知行（2004）。7-ELEVEN 零售聖經。商周出版

莊易達（2003）。過去 現在 未來 便利商店 e 化的成功典範—7-11。電子商務時報