

投稿類別:商業類

篇名:用平實的價格，享受不同的風格-NET
探討顧客滿意度

作者:

沈紫燕。私立永年高級中學。綜合高中二年仁班
林余柔。私立永年高級中學。綜合高中二年仁班
洪仲恩。私立永年高級中學。綜合高中二年仁班

指導老師:

黃麗珠 老師

目錄

壹、前文	4
一、研究動機.....	4
二、研究目的.....	4
三、研究方法.....	4
四、研究流程.....	4
貳、正文	4
一、NET 簡介.....	4
二、品牌概念.....	5
三、品牌精神.....	5
四、品牌理念.....	5
五、NET- S W O T 圖.....	5
六、顧客滿意度調查與研究.....	6
七、問卷調查.....	6
參、總結	10
一、結論.....	10
二、建議.....	10
三、引註資料.....	10

圖目錄

表 1:NET 品牌事蹟5

表 2:NET-SWOT 圖5

表 3: NET 顧客滿意度調查6

圖 1.....7

圖 2.....7

圖 3.....7

圖 4.....7

圖 5.....7

圖 6.....8

圖 7.....8

圖 8.....8

圖 9.....8

圖 10.....8

圖 11.....9

圖 12.....9

圖 13.....9

圖 14.....10

壹、前文

一、研究動機

在網路發達的時代裡，時尚已經成為我們日常中缺一不可的話題，而 NET 以平價時尚、歐美休閒風格作為基調，深得大眾的喜愛，所以我們想要深入探討這個品牌。

衣是我們一出生就會接觸的的東西，以前人們就會用布遮掩身體，時間演變就成為我們現在身上所穿的衣服，從選布、縫紉到製作直到成衣，每一步都會改變服飾的質感，服裝零售業者會投資大量資金在廣告以提升知名度，漸漸的把時尚建立在我們日常生活中。

二、研究目的

- (一)研究 NET 經營方針
- (二)進行 NET SWOT 分析
- (三)相近品牌競爭比較(UNIQLO、主幼商場、NET)

三、研究方法

- (一)網路參考文獻：透過 NET 官方網站探討文件
- (二)實地了解：實地前往店面查看，人流量、商品分類區塊……
- (三)問卷調查：以雲林為主的相關店家，做成問卷的形式做調查，最後統計成圖表，可更加了解顧客滿意度。
- (四)SWOT 圖：分析 NET 優劣

四、研究流程



貳、正文

一、NET 簡介

於 1991 年 10 月創立於台灣，是台灣第一家自創品牌服飾「NET」，主要是以歐美風格去發展，成立第一家後，也開出了許多分店。店面裝潢樸素中帶些許高貴典雅。推出各個年齡層顧客都需要的商品，用「全家人的品牌」做為訴求以與一般平價服飾品牌產生市場區隔。

表 1:NET 品牌事蹟

年份	事蹟
1991 年	主婦商場創立臺灣第一家自創的服飾品牌「NET」
1993 年	婦商場在臺北市南京東路設立第一家旗艦店
1996 年	主婦商場更名為「佳紡服飾股份有限公司」
1997 年	佳紡服飾跨足資訊業，在臺北市成立大型資訊賣場「資訊廣場」
2008 年	佳紡服飾更名為「主婦服裝股份有限公司」
2021 年	在台灣已有 148 間分店

資料來源：網路文件統整：https://www.net-fashion.net/content/about_brand/

二、品牌概念

NET 代表「純淨」，以此為理念；強調簡單、俐落、實用且時尚，但不極端時髦流行，於是時代趨勢下所蘊育的 NET 因此誕生，呈現未來的美麗境界與更美好的生活上提案。

三、品牌精神

NET 的精神即是 SIMPLE 的精神，自然、大眾 BASIC，單純而不單調的設計理念、個性的表現。

四、品牌理念

讓每一位顧客以最平價的價位，在最舒適的空間裡暢快享受購物的樂趣，NET 以中價位、高品質、基本好搭配，歐美風格為品牌定位，為各年齡層顧客，提供多樣化的穿著選擇。

五、NET-SWOT 圖

表 2:NET-SWOT 圖

優勢 (Strengths)	劣勢 (Weaknesses)
1. 服飾種類多樣化 2. 價格中價位 3. 附有網路門市 4. 店面環境良好	1. 停車較不便利 2. 換季時，存貨囤積過多 3. 樓梯過長，對行動不便者較不善 4. 門市內無廁所
機會 (Opportunities)	威脅 (Threats)
1. 消費多為年輕族群 2. 依顧客需求，種類販賣更多樣 3. 廣告媒體多樣化	1. 與其他平價服飾價格相近 2. 景氣不佳 3. 現今引進國外品牌較多

資料來源：本研究整理

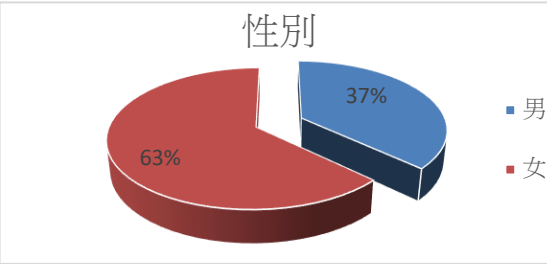
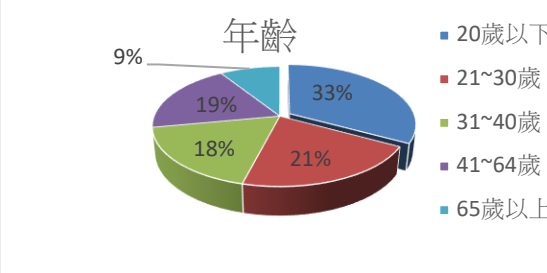
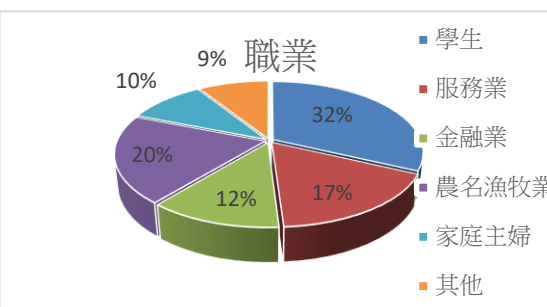
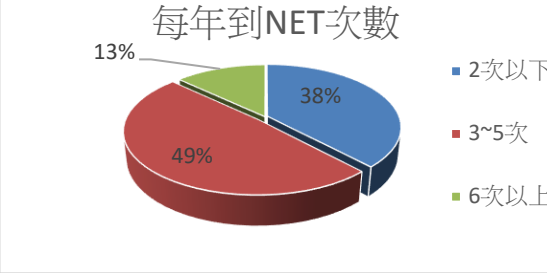
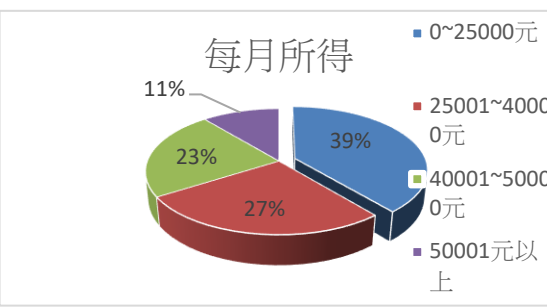
六、顧客滿意度調查與研究

表 3: NET 顧客滿意度調查

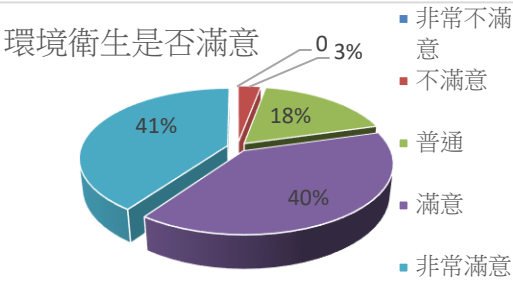
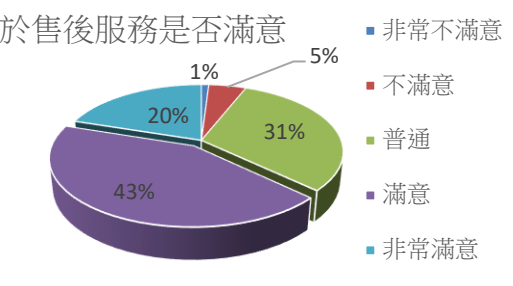
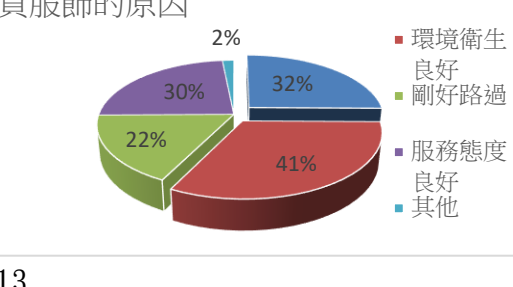
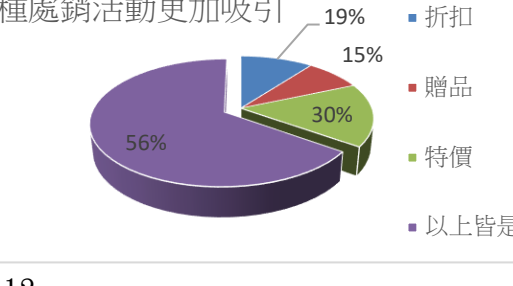
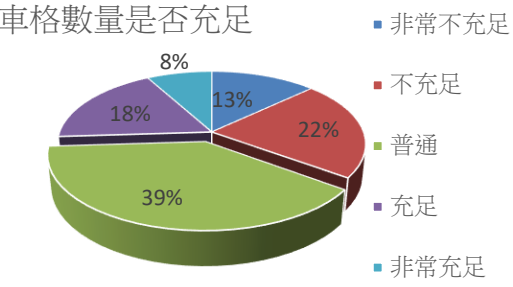
一、基本資料
1. 性別 ☐ 男生 ☐ 女生
2. 年齡 ☐ 20 ↓ ☐ 20~30 ☐ 30~40 ☐ 40 以上
3. 職業 ☐ 學生 ☐ 上班族 ☐ 家庭主婦
二、顧客滿意度調查
4. 請問您是否第一次到 NET 購物 ☐ 是 ☐ 否
5. 請問您一星期到 NET 消費幾次? ☐ 1 ↓ ☐ 2~3 ☐ 3 以上
6. 對於 NET 服飾價格是否滿意? ☐ 非常不同意 ☐ 不同意 ☐ 普通 ☐ 同意 ☐ 非常同意
7. 您平均一次到 NET 消費金額約多少? ☐ 500 以下 ☐ 500~1000 ☐ 1000~1500 ☐ 2000 以上
8. 您認為 NET 的環境衛生是否滿意? ☐ 非常不同意 ☐ 不同意 ☐ 普通 ☐ 同意 ☐ 非常同意
9. 你購買 NET 服飾的原因為何? ☐ 價格合理 ☐ 環境衛生良好 ☐ 剛好路過 ☐ 服務人員態度良好 ☐ 其他：
10. 您是從何處得知 NET? ☐ 親友推薦 ☐ 網路得知 ☐ 廣告推薦 ☐ 剛好路過 ☐ 其他：

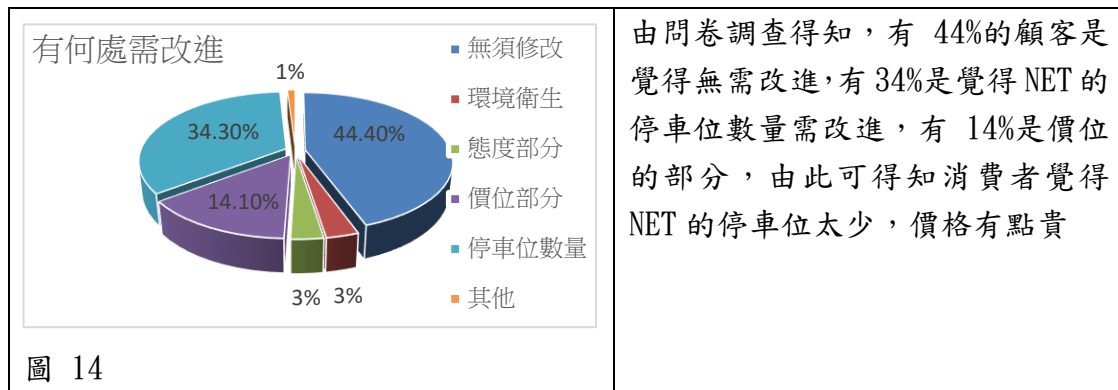
七、問卷調查

是以問卷調查做研究分析，利用發放問卷給消費者填寫。調查的內容有：性別、年齡層、職業及顧客各項滿意度等等，調查消費者對於 NET 的顧客滿意度，以下是收回後分析消費者對 NET 的顧客滿意度分析結果。實際發放 100 份，收回 100 份。

 性別 - 男 37% - 女 63%	本組共發放了 100 份問卷，回收的問卷有 100 份，回收率 100 %。女性占 63%，男性占 37%，由此可知，NET 的消費者女性占比較多。
 年齡 20歲以下 33% 21~30歲 21% 31~40歲 18% 41~64歲 19% 65歲以上 9%	由此調查可知，20 歲以下消費者較多占比 33%，21~30 歲次之占比 21%。由此可知消費者為青少年較多，老年偏少。
 職業 - 學生 32% - 服務業 17% - 金融業 12% - 農名漁牧業 20% - 家庭主婦 10% - 其他 9%	由此問卷調查可知，消費者為學生較多，占比 32%，服務業次之占比 17%，由此可知，學生及服務業民眾較常在 NET 消費。
 每年到NET次數 2次以下 38% 3~5次 49% 6次以上 13%	由此問卷調查可知，消費者每年到 NET 消費約 3-5 次占比 49%，是最多的，次之為 2 次以下，占比 38%。由此可知，大多數人一年去 NET 消費次數不會過於頻繁。
 每月所得 0~25000元 39% 25001~40000元 27% 40001~50000元 23% 50001元以上 11%	由此問卷調查得知，學生每月所得皆為 0~25000 之間，也是占比最大的，占比 39%。服務業為 25001~40000 較多，占比 27%。由此可知消費者約為學生黨較多。

平均一次消費金額 圖 6	由此問卷調查可知，大部分消費者一次消費約為 501~1000 較多，占比 42%。次之 1001~2000 消費者占 26%。可知一次消費衣服數量為 1~2 件。
何處得知NET 圖 7	由問卷調查可知，有 41%的顧客都是剛好路過 NET，有 31%的顧客是由親友推薦，有 28%的顧客是由網路上得知的，由此可知 NET 的地理位置很優良，在廣告部分也做得不錯，消費者也很願意推薦給旁人來購買
對服飾價格的滿意程度 圖 8	由圖可看出有 17%是非常同意 NET 的價格，有 45%是同意 NET 的價格，有 32%是普通，總共有 94%認為 NET 的價格是很親民的，所以在這方面 NET 保持著平價且時尚的標準。
對於服飾質量的滿意程度 圖 9	由此問卷調查可知，雖然價格平價但是 NET 的質量也是不容小覷，有 18%顧客是非常滿意，47%為滿意，而 29%為普通，高達 94%是很認同 NET 服飾的質感。
能買到自己滿意的產品嗎 圖 10	由圖可知，有 24%認為在 NET 買到想要買的商品事非常認同的，而 32%認為可以買到想買的商品是認同的，而 37%認為可以買到想買商品是普通，共有高達 93%是認為在 NET 能買到想買的東西

環境衛生是否滿意  ■ 非常不滿意 ■ 不滿意 ■ 普通 ■ 滿意 ■ 非常滿意	由問卷調查得知，有 41%是非常同意 NET 的環境衛生，有 40%是同意 NET 的環境衛生，有 16%是普通，總體而言，有 94%的顧客是覺得 NET 的環境衛生是沒問題的。
對於售後服務是否滿意  ■ 非常不滿意 ■ 不滿意 ■ 普通 ■ 滿意 ■ 非常滿意	由問卷得知，有 43%的顧客是滿意 NET 的售後服務，有 31%的顧客是感到普通，有 20%是非常滿意，由此可知 NET 在售後服務這部分做得相當不錯。
購買服飾的原因  ■ 價格合理 ■ 環境衛生良好 ■ 剛好路過 ■ 服務態度良好 ■ 其他	由問卷調查可知，有 41%的顧客是因為衛生良好所以購買 NET，有 32%是價格良好，有 30%是因為服務人員態度良好，由此可知，消費者對於 NET 所提供的外在服務都是顧客購買 NET 的原因。
何種處銷活動更加吸引  ■ 折扣 ■ 贈品 ■ 特價 ■ 以上皆是	由問卷調查可知，30%的是覺得 NET 特價活動時會吸引到顧客，有 19%是折扣活動，有 15%贈品活動，而有 56%的顧客是以上皆是，由此可知，NET 所有促銷活動時是會吸引人的。
停車格數量是否充足  ■ 非常不充足 ■ 不充足 ■ 普通 ■ 充足 ■ 非常充足	由問卷調查得知，有 39%的顧客是覺得 NET 的停車位數量是普通的，有 22%是覺得不充足的，有 18%是覺得充足的，有 13%是非常不充足的，有 8%的是覺得非常充足的，總體而言，NET 的停車位數量對於消費者來說還是些許不足



參、總結

一、結論

我們這組用問卷調查，探討了雲林縣消費者對 NET 服飾的滿意度，並用 SWOT 分析法來了解 NET 的優缺點。NET 以平價時尚的特色來進攻市場，而在產品質量這方面也是相當不錯的，有高達九成的消費者都滿意 NET 的質量，在問卷中我們可以看出 NET 以親民的價格吸引了許多顧客，而在店面位置也都是在繁榮之處，讓許多消費者能方便逛到，但這也導致有停車位較不足的問題產生，車水馬龍讓許多消費者有難停車的困擾。

二、建議

綜合以上因素，我們提出以下建議：

- (1)多規劃一些地方供顧客停放汽機車，有些顧客可能會覺得難停車而就錯過離開了。
- (2)增加媒體曝光度，在 3C 的世代，多做些廣告，讓 NET 服飾四處可見，增加消費者的購買慾。
- (3)定期舉辦小活動，既能吸引新顧客又能留住老顧客

三、引註資料

- 一.NET 官方。2021/4/9。擷取 https://www.net-fashion.net/content/about_brand/
- 二.維基百科。2021/4/11。擷取 [https://zh.wikipedia.org/wiki/NET_\(%E5%93%81%E7%89%8C\)](https://zh.wikipedia.org/wiki/NET_(%E5%93%81%E7%89%8C))
- 三. 旗立財經研究室商概課本 P60-P63