

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、研究架構.....       | 4  |
| 貳、正文 .....        | 5  |
| 一、NET 簡介.....     | 5  |
| 二、品牌概念.....       | 5  |
| 三、品牌精神.....       | 5  |
| 四、品牌理念.....       | 5  |
| 五、顧客滿意度定義.....    | 5  |
| 六、NET-SWOT 圖..... | 6  |
| 七、顧客滿意度調查與研究..... | 6  |
| 八、問卷調查.....       | 7  |
| 參、總結 .....        | 10 |
| 一、結論.....         | 10 |
| 二、建議.....         | 11 |
| 三、引註資料.....       | 11 |

## 圖目錄

|                        |    |
|------------------------|----|
| 表 1:NET 品牌事蹟 .....     | 5  |
| 表 2:NET-SWOT 圖 .....   | 6  |
| 表 3: NET 顧客滿意度調查 ..... | 6  |
|                        |    |
| 圖 1 .....              | 7  |
| 圖 2 .....              | 7  |
| 圖 3 .....              | 7  |
| 圖 4 .....              | 8  |
| 圖 5 .....              | 8  |
| 圖 6 .....              | 8  |
| 圖 7 .....              | 8  |
| 圖 8 .....              | 8  |
| 圖 9 .....              | 9  |
| 圖 10 .....             | 9  |
| 圖 11 .....             | 9  |
| 圖 12 .....             | 9  |
| 圖 13 .....             | 9  |
| 圖 14 .....             | 10 |
| 圖 15 .....             | 10 |
| 圖 16 .....             | 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。

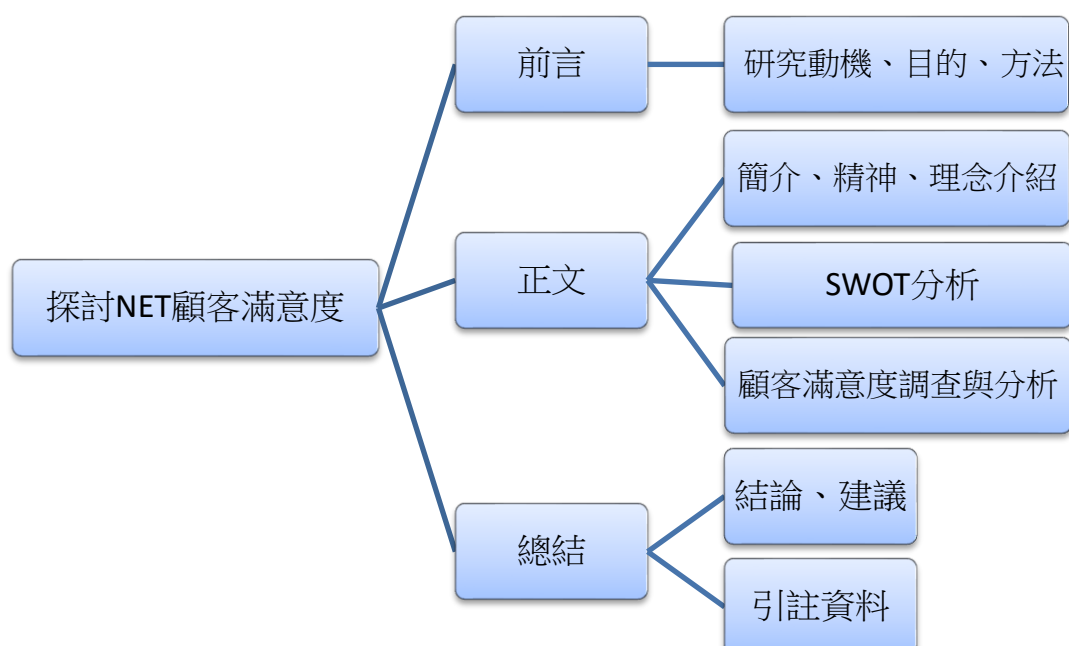
### 二、研究目的

- (一)研究 NET 經營方針
- (二)進行 NET SWOT 分析
- (三)探討 NET 顧客滿意度分析

### 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、研究架構



## 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/](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、顧客滿意度定義

顧客滿意(Customer Satisfaction，簡稱 CS)，是指一個人通過對產品的可感知效果與他的期望值相比較後，所形成的愉悅或是失望的感覺。當商品的實際消費效果達到消費者的預期，就導致滿意，若沒達到消費者的預期效果，則形成不滿意。

用平實的價格，享受不同的風格-Net 探討顧客滿意度

## 六、NET-SWOT 圖

表 2:NET-SWOT 圖

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

資料來源：本研究整理

## 七、顧客滿意度調查與研究

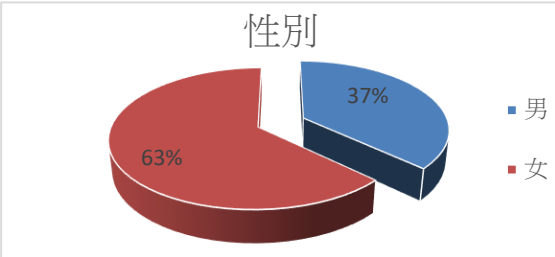
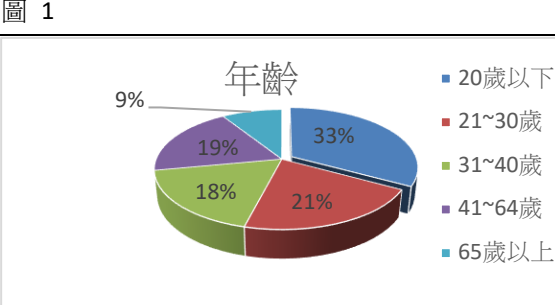
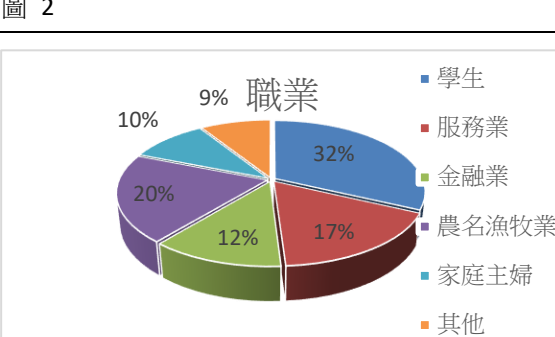
表 3: NET 顧客滿意度調查

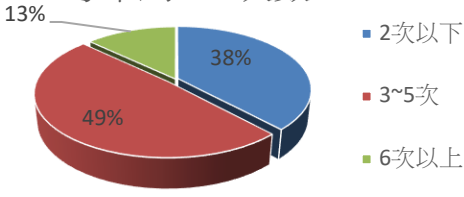
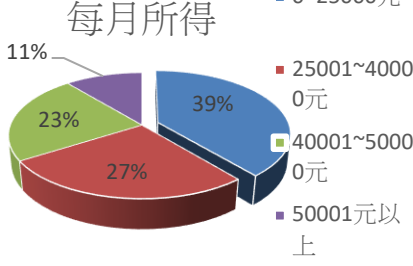
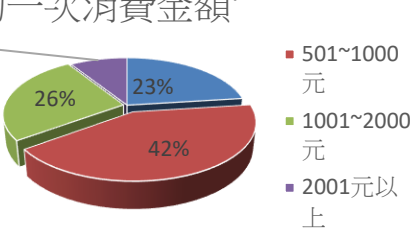
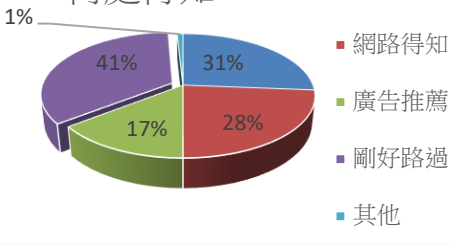
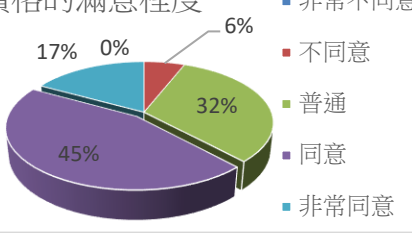
|                                                                                                                                                                            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>一、基本資料</b>                                                                                                                                                              |
| 1. 性別<br><input type="checkbox"/> 男生 <input type="checkbox"/> 女生                                                                                                           |
| 2. 年齡<br><input type="checkbox"/> 20 ↓ <input type="checkbox"/> 20~30 <input type="checkbox"/> 30~40 <input type="checkbox"/> 40 以上                                        |
| 3. 職業<br><input type="checkbox"/> 學生 <input type="checkbox"/> 上班族 <input type="checkbox"/> 家庭主婦                                                                            |
| <b>二、顧客滿意度調查</b>                                                                                                                                                           |
| 4. 請問您是否第一次到 NET 購物<br><input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否                                                                                               |
| 5. 請問您一星期到 NET 消費幾次?<br><input type="checkbox"/> 1 ↓ <input type="checkbox"/> 2~3 <input type="checkbox"/> 3 以上                                                            |
| 6. 對於 NET 服飾價格是否滿意?<br><input type="checkbox"/> 非常不同意 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 非常同意   |
| 7. 您平均一次到 NET 消費金額約多少?<br><input type="checkbox"/> 500 以下 <input type="checkbox"/> 500~1000 <input type="checkbox"/> 1000~1500 <input type="checkbox"/> 2000 以上            |
| 8. 您認為 NET 的環境衛生是否滿意?<br><input type="checkbox"/> 非常不同意 <input type="checkbox"/> 不同意 <input type="checkbox"/> 普通 <input type="checkbox"/> 同意 <input type="checkbox"/> 非常同意 |

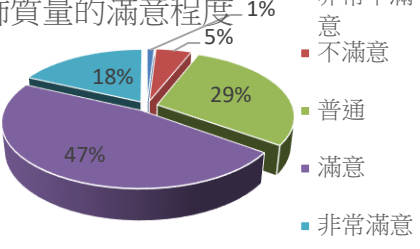
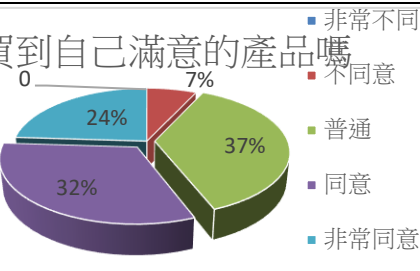
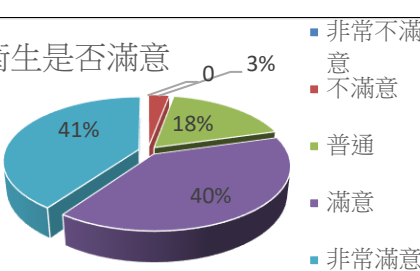
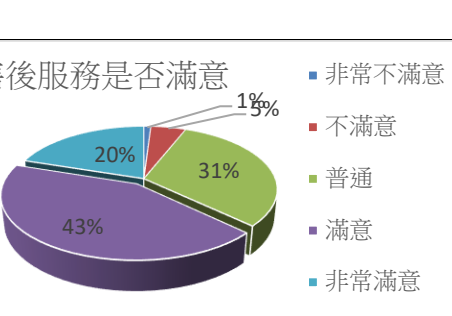
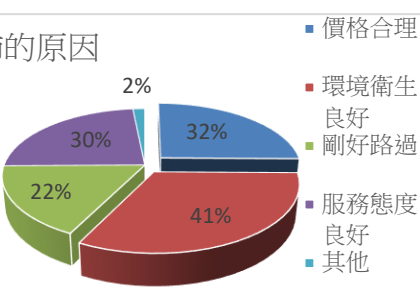
|                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>9. 你購買 NET 服飾的原因為何?</p> <p><input type="checkbox"/>價格合理   <input type="checkbox"/>環境衛生良好   <input type="checkbox"/>剛好路過   <input type="checkbox"/>服務人員態度良好</p> <p><input type="checkbox"/>其他：</p> |
| <p>10. 您是從何處得知 NET?</p> <p><input type="checkbox"/>親友推薦   <input type="checkbox"/>網路得知   <input type="checkbox"/>廣告推薦   <input type="checkbox"/>剛好路過</p> <p><input type="checkbox"/>其他：</p>          |

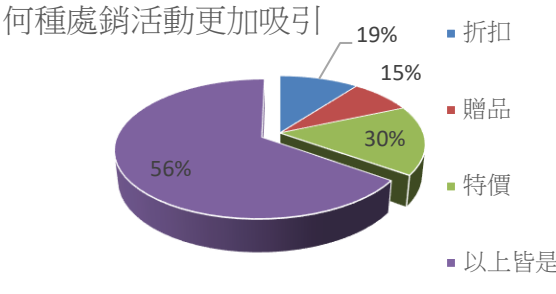
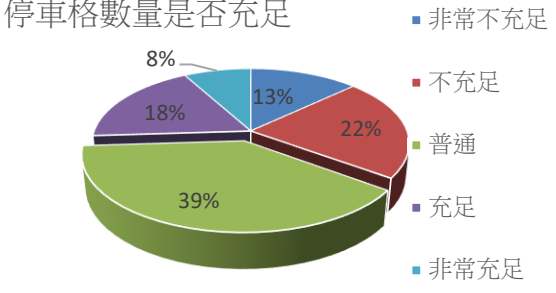
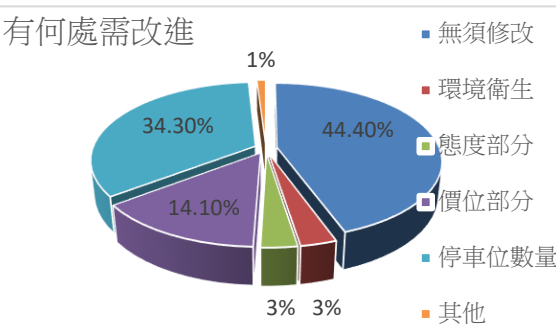
#### 八、問卷調查

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。

|                                                                                                |                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
|              | <p>本組共發放了 100 份問卷，回收的問卷有 100 份，回收率 100 %。</p> <p>女性占 63%，男性占 37%，由此可知，NET 的消費者女性占比較多。</p> |
| <p>圖 1</p>  | <p>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%。</p> <p>由此可知消費者為青少年較多，老年偏少。</p>               |
| <p>圖 2</p>  | <p>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。</p>                      |
| <p>圖 3</p>                                                                                     |                                                                                           |

|                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>每年到NET次數</p>  <p>■ 2次以下<br/>■ 3~5次<br/>■ 6次以上</p> <p>圖 4</p>                                | <p>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。</p>                  |
| <p>每月所得</p>  <p>■ 0~25000元<br/>■ 25001~40000元<br/>■ 40001~50000元<br/>■ 50001元以上</p> <p>圖 5</p> | <p>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。</p>                  |
| <p>平均一次消費金額</p>  <p>■ 500元以下<br/>■ 501~1000元<br/>■ 1001~2000元<br/>■ 2001元以上</p> <p>圖 6</p>    | <p>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。</p>                       |
| <p>何處得知NET</p>  <p>■ 親友推薦<br/>■ 網路得知<br/>■ 廣告推薦<br/>■ 剛好路過<br/>■ 其他</p> <p>圖 7</p>           | <p>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</p> |
| <p>對服飾價格的滿意程度</p>  <p>■ 非常不同意<br/>■ 不同意<br/>■ 普通<br/>■ 同意<br/>■ 非常同意</p> <p>圖 8</p>          | <p>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。</p>        |

|                                                                                                                                                                         |                                                                                                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>對於服飾質量的滿意程度</p>  <p>1% 非常不滿意<br/>5% 不滿意<br/>29% 普通<br/>47% 滿意<br/>18% 非常滿意</p>      | <p>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。</p>                 |
| <p>能買到自己滿意的產品嗎</p>  <p>0% 非常不同<br/>7% 不同意<br/>37% 普通<br/>32% 同意<br/>24% 非常同意</p>       | <p>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</p> |
| <p>環境衛生是否滿意</p>  <p>0% 非常不滿意<br/>3% 不滿意<br/>18% 普通<br/>40% 滿意<br/>41% 非常滿意</p>        | <p>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。</p>          |
| <p>對於售後服務是否滿意</p>  <p>1% 非常不滿意<br/>5% 不滿意<br/>31% 普通<br/>43% 滿意<br/>20% 非常滿意</p>     | <p>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。</p>                      |
| <p>購買服飾的原因</p>  <p>2% 價格合理<br/>32% 環境衛生良好<br/>30% 剛好路過<br/>41% 服務態度良好<br/>22% 其他</p> | <p>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。</p> |

|                                                                                                                 |                                                                                                                            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>何種處銷活動更加吸引</p>  <p>圖 14</p> | <p>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。</p>                        |
| <p>停車格數量是否充足</p>  <p>圖 15</p>  | <p>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</p> |
| <p>有何處需改進</p>  <p>圖 16</p>    | <p>由問卷調查得知，有 44%的顧客是覺得無需改進，有 34%是覺得 NET 的停車位數量需改進，有 14%是價位的部分，由此可得知消費者覺得 NET 的停車位太少，價格有點貴</p>                              |

## 參、總結

### 一、結論

我們這組用顧客滿意度問卷探討，調查了雲林縣消費者對 NET 服飾的滿意度，用 SWOT 分析法來了解 NET 的優缺點，並用圓餅圖分析 NET 顧客滿意度。

以下是我們的分析結論：

- (1) NET 以平價時尚的特色來進攻市場，吸引了大批顧客，因價格相對便宜，消費者較學生居多。
- (2) 有高達九成的消費者都滿意 NET 的質量，所以 NET 不只價格親民，在產品質量這方面也是相當不錯的。
- (3) 店面位置都是在繁榮之處，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/](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

四.MBA 智庫百科。2021/6/24

<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E9%A1%BE%E5%AE%A2%E6%BB%A1%E6%84%8F?fbclid=IwAR3cmvzc80YM67hn0nmJ3lSBQ9KaRaAgVvvd-sAmlI9n5xGB00sTySlzyGg#.E4.BB.80.E4.B9.88.E6.98.AF.E9.A1.BE.E5.AE.A2.E6.BB.A1.E6.84.8F>