



手機行銷策略與消費者滿意度 之探討—以Sony Ericsson為例

20912 王慧瑜

20930 郭美妏

20940 魏嘉萱

關鍵字：行銷策略、Sony Ericsson、消費者滿意度

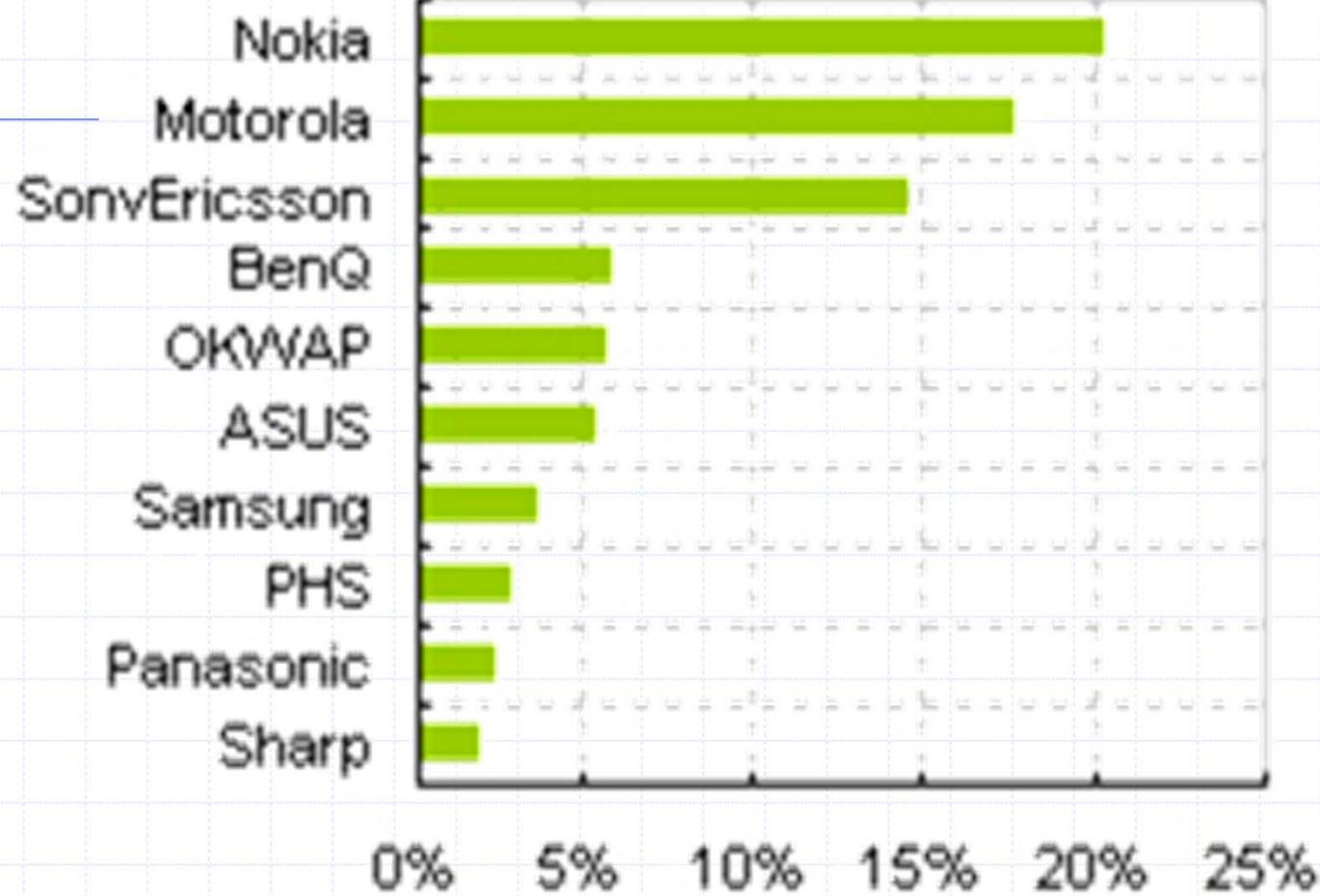
前 言

Sony Ericsson在2007年國內市佔率排名第三，也是國內3G手機市場的龍頭寶座易主。

Sony Ericsson的銷售營業額以26.1%領先摩托羅拉，躍居銷售營業額市佔排名第二。2007年二月份手機整體銷售量達六十四萬台。

以整體手機銷售市佔來看，目前仍由NOKIA和摩托羅拉領先Sony Ericsson，但是Sony Ericsson有越來越提升的趨勢！

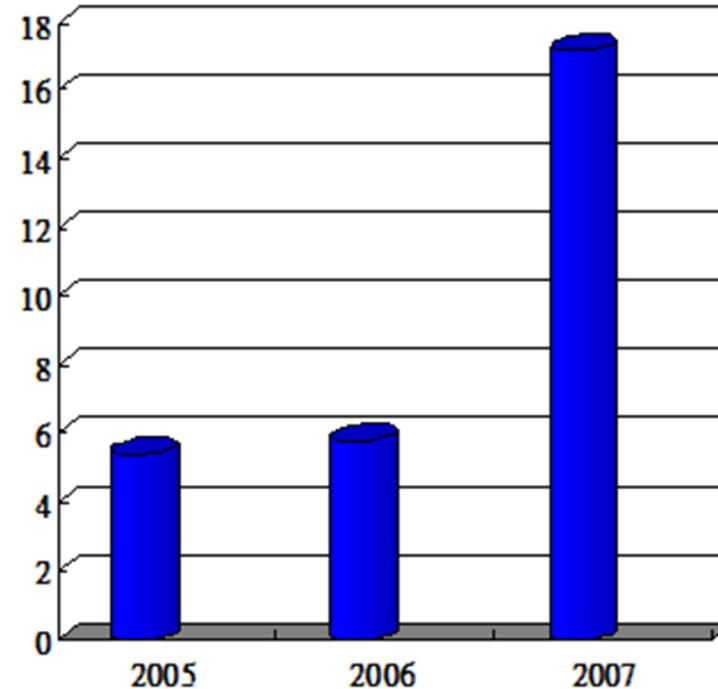
目前主要使用的手機品牌



創世紀市場研究顧問2007年5月

N=4481

- 2005市佔率5.4%
- 2006市佔率5.8%
- 2007市佔率17.2%



出自：電子時報整理 蘋果日報

研究動機

- ◎為什麼Sony Ericsson 市佔率不斷的提升，
並且擁有一份難以動搖的地位？
- ◎Sony Ericsson 的行銷策略為何？
- ◎Sony Ericsson手機的消費者滿意度為何？

研究目的

1. 探討Sony Ericsson 市佔率不斷的提升且難以動搖其地位的原因。
2. 探討Sony Ericsson 的行銷策略。
3. 瞭解Sony Ericsson手機消費者之滿意度。

文 獻 探 討 - 1

麥卡錫提出行銷組合(4P)：

- 1、產品(Product)
- 2、定價(Price)
- 3、通路(Place)
- 4、推廣(Promotion)

文 獻 探 討 - 2

推廣：

- 1、人員推廣
- 2、廣告
- 3、促銷
- 4、公共報導

文獻探討 - 3

購買行為因素：

- 1、購買時機
- 2、追求的利益
- 3、忠誠度
- 4、購買準備階段

葉伊修 《商業概論》

文獻探討 - 4

滿意度：

對手機的設計感到滿意

對基本功能感到滿意

對手機價格感到滿意

對手機的性能和品質感到滿意

創世紀市場研究顧問

研究流程

確定動機及目的

蒐集資料

文獻探討

問卷分析

問卷調查

結論



引註資料 / 參考文獻

- ◎葉伊修。商業概論 實用貝多分重點歸納(東岱圖書 2007) 第4章
- ◎創世紀市場研究顧問
[http://www.insightxplorer.com/specialtopic/self_mobi
le200605.html](http://www.insightxplorer.com/specialtopic/self_mobile200605.html) (檢索日期2008/10/29)
- ◎何曉群，王作成「揭開顧客滿意度的神秘面紗」《市場研究》(2004)
- ◎陳紹翔等人。「Sony Ericsson台灣市場行銷模式之探討」吳鳳技術學院專題製作(2006)

telesales

喜報告元畢



謝 謝 指 教 !