

5. 透視行銷環境

任課教師：

大綱

- ✘ 前言：影響有多大？
- ✘ 行銷環境的意義與重要性
- ✘ 行銷個體環境
- ✘ 行銷總體環境
- ✘ 行銷環境的掃描、評估與因應



前言：影響有多大？

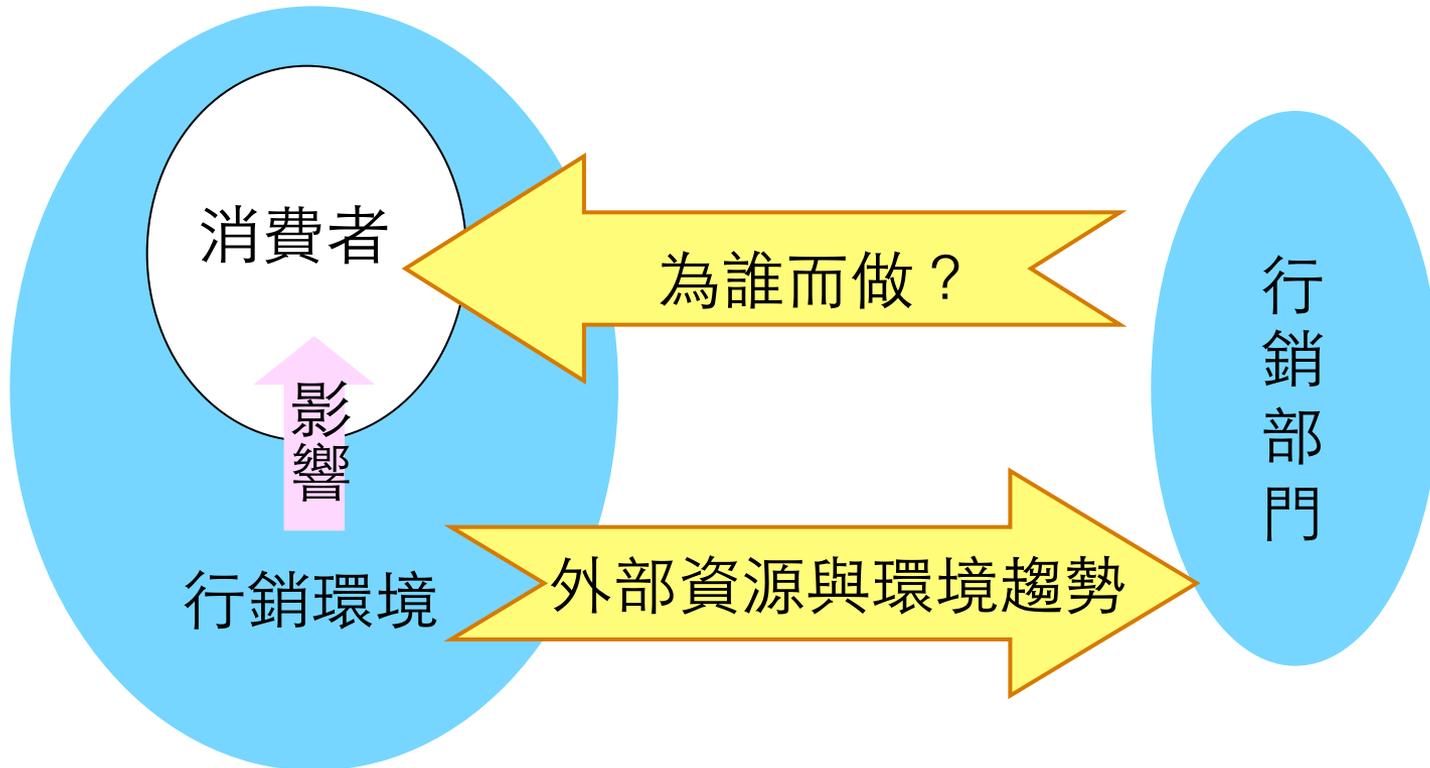
✘ 根據統一超商的統計：

- 氣溫在20到25度C之間，每增加1度，當日涼麵的銷售就成長10%；
- 氣溫在25度C之後，每增加1度，當日涼麵的銷售就成長15%。



一、行銷環境的意義與重要性

行銷部門和外界的互動密切，why?



二、行銷個體環境

✘ 行銷個體環境(microenvironment)

○ 和行銷部門及活動有直接關係的因素

- 社會大眾
- 競爭者
- 行銷支援機構：銀行、廣告公司、物流機構等
- 目標市場
- 企業內部：組織文化、領導等

三、行銷總體環境

✘ 行銷總體環境(macroenvironment)

- 影響層面較廣大深遠、較難控制的力量
- 不但影響許多企業，也會影響個體環境



四、環境掃描/評估/因應

掃描

評估

因應

✘ 環境掃描(environmental scanning)

○ 不定期掃描

- 事件發生後才蒐集環境資料

○ 定期掃描

- 選定重要的環境因素，定期環境蒐集資料

○ 連續掃描

- 不放過任何影響因素，大規模且詳細的蒐集資料