

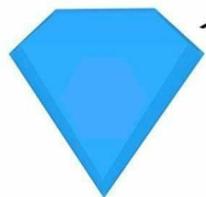
探討大學生涉入場域行銷的成因

-以全家Beacon到店優惠活動為例

全家 FamilyMart

What's a Beacon ?

研究目的



Your organization can tactically position beacons around the job fair



The Beacon gets connected to a visitor's Bluetooth enabled Smartphone



The signal is sent to the phone and the app gets opened

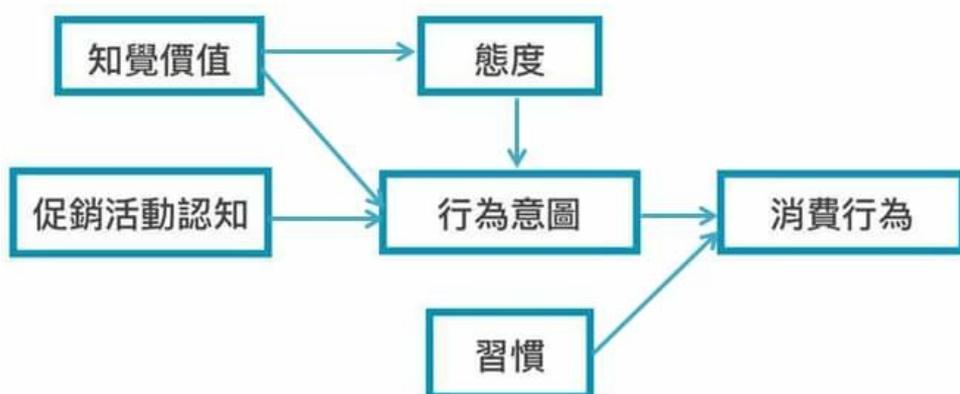


Your organization can provide candidates with information and tailored messages

探討場域行銷的優惠活動對消費者購買之消費行為之影響，以全家Beacon到店優惠活動為例。

研究架構

研究方法



採用問卷調查方式，歸納出重要影響因素，先以Excel進行統整，借SPSS統計軟體進行資料分析，了解個變數之間的關聯性。

研究結論

- 1.消費習慣及行為意圖正向影響消費行為
- 2.消費者知覺價值、態度及促銷活動認知正向影響行為意圖
- 3.消費者知覺價值正向影響態度