

投稿類別：商業類

篇名：

你最方便的好鄰居—7-11 i-bon 顧客自助式系統使用滿意度之探討

作者：

龍佩欣。國立新竹高商。國二 1 班

林佳璇。國立新竹高商。國二 1 班

鄭伊倫。國立新竹高商。國二 1 班

指導老師：

陳佳吟 老師

壹●前言

一、研究動機

在台灣地區，有各式各樣的便利商店，例如:7-ELEVEN、萊爾富、全家、OK等商店，其中 7-ELEVEN 在台灣的分佈密度是最高的，也是全球最大的連鎖便利商店，就像是我們平時生活不可或缺的好鄰居，使我們的生活更加便利性。隨著 e 世代的發展，科技服務業不斷的推陳出新，也因此消費者希望有更多「快速且便利性服務商品」的興起，因此推出 7-ELEVEN “i-bon 便利生活站”。

7-ELEVEN 普遍遍布各地區，讓我們離家不遠就能消費、繳費甚至列印及購買票券，其方便性吸引越多消費者使用 ibon，統計也指出 ibon 一年使用人次高達 1 億 5 千萬人次，熱門服務包括：兌換紅利、繳費、票券、列印、網拍交貨等，深入台灣民眾生活。(數位時代網站，2012)隨使用者增加的同時，也越多使用意見與好評。i-bon 吸引消費者的地方在哪，又有哪些是需要被改進的，正是我們想探討的原因。

二、研究目的

- (一)了解並熟悉 i-bon 結構系統
- (二)針對顧客滿意度做 SWOT 分析
- (三)建議未來 i-bon 可改善或增加的服務範圍
- (四)將分析結果給予企業做為發展之參考

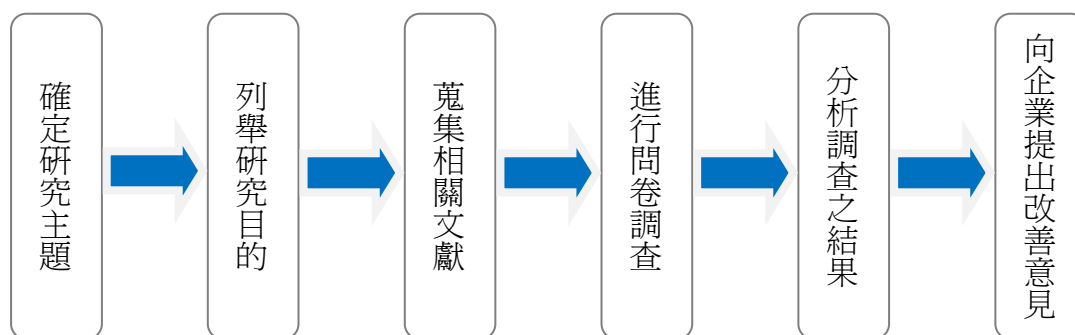
三、研究範圍及限制

本研究因人力、地區及經費等研究有限之故，研究範圍為新竹市區之消費者，故其他縣市人民使用 i-bon 之滿意度不屬於探討範圍。

四、研究方法

根據「問卷調查法」對新竹市區之消費者進行使用 ibon 滿意度調查，報章雜誌之相關報導，及網路文獻之參考等彙整而成。

五、研究流程圖



圖一研究流程圖

貳●正文



一、i-bon 的起源

「目前 7-ELEVEN 門市內有設置 ibon 的全台佔有 4800 家，以便利生活站為方向，為民眾提供各種即時便利的服務，而 ibon 是最簡易的觸碰式螢幕作為操作介面，無論任何服務皆能在 ibon”一指”輕鬆完成。」(7-ELEVEN 官網, 2009) 省時省力，堪稱您的最新進化的生活管家。


而 7-ELEVEN 的企業經營理念，主要為融入居民生活，落實生活各個層面需求。統一超商總經理徐重仁接受採訪時，被詢問 7-11 重新打造台灣零售業的成功秘訣是甚麼，他表示：「要『融入顧客情境』，而不是『站在顧客立場』，因為後者聽起來還是有點距離。『融入顧客的情境』就是把自己當成顧客，思考『我需要什麼？』『我喜歡什麼？』」(經理人月刊, 2012 年)也因為徐重仁總經理堅持以最貼近消費者生活的感受，去推動實施行銷策略，才有今日 7-11 親切、受人們信賴的形象。

二、ibon 功能簡介

表一 ibon 功能說明

圖示	功能介紹
 列印/掃描	1.提供列印種類： 文件、圖片、海報分割、創意卡片列印 2.掃描： 可掃描傳真至儲存裝置再以 e-mail 寄送給他人
 購票	1.販賣票券種類： 電影票、運動票、交通票、演唱會門票等活動票券 2.節目搜尋： 供使用者查詢節目類型、場地與時間等等相關訊息

 <p>休閒旅遊</p>	<p>1.服務選項： 主題樂園、休閒票券(SPA、休閒農場)及飯店訂房</p> <p>2.節目搜尋： 另供使用者查詢各地旅遊景點及飯店相關訊息</p>
 <p>數位生活</p>	<p>涵蓋範圍： 找工作、考生服務、網購取貨、宅急便服務、計程車叫車、健康知識小站</p>
 <p>下載</p>	<p>下載種類： 生活情報、申請表、政令宣導</p>
 <p>儲值</p>	<p>儲值種類： 線上遊戲的虛擬點數加值、電信加值</p>
 <p>紅利</p>	<p>1.紅利種類： iCASH 悠遊卡紅利點數、信用卡紅利積點、各家百貨公司會員紅利點數</p> <p>2.好康優惠： 可將紅利點數兌換成「現金抵用卷」或「好康商品」</p>
 <p>繳費</p>	<p>繳費種類： 政府規費(限兩萬以下的罰款、慈善捐款、有線電視帳單、保險繳費、就學貸款</p>
 <p>申辦服務</p>	<p>申辦種類： 電信、保險、政府、7-11 會員申請</p>

 好康活動	好康報報： 7-11 集點活動、抽獎活動、企業優惠
---	------------------------------

(服務內容為本組實地使用，及官網模擬操作)

三、ibon swot 分析

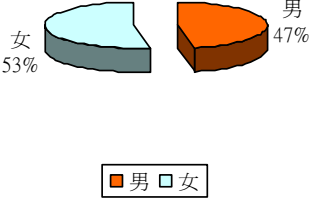
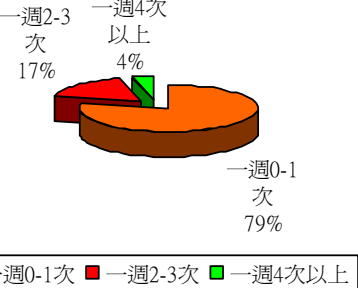
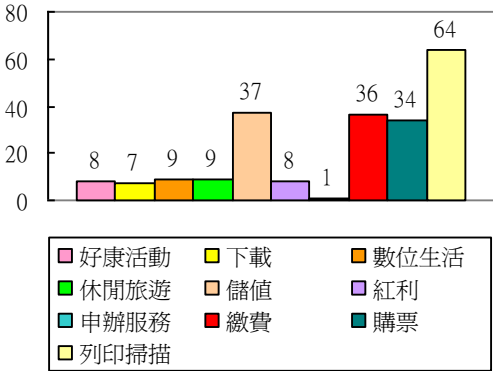
表二 ibonSWOT 分析

優勢 Strengths	劣勢 Weakness
1.內建許多辦公設備，加上商店遍佈、店址佳，24 小時供居民使用，為 ibon 最大優勢 2.另外與眾多廠商合作，提供優惠及好康活動；配合行銷策略，如公仔、商品兌換，吸引消費者 3.符合 e 化時代，講求快速、輕便，如手動操控 ibon、iCASH 感應方式付款	1.盼望增加更多資訊，落實民眾生活需要，建議續增交通的時刻表、當地餐飲景點 2.列印功能中讀取資料速度過慢，且無法一次選取多個檔案，稍嫌不便 3.一家商店中僅有一台 ibon，使用者排隊等候時間造成不便
機會 Opportunities	威脅 Threats
1.e 時代之推動，ibon 技術仍可隨社會改變而進步 2.透過問卷調查給予企業參考目前消費者使用滿意度，進而給予適當調整	1.ibon 之興起帶動其他便利商店，ex 萊爾富 Life-ET、OK-OKgo、全家 Famiport 等，同業有競爭之壓力 2.隨網絡發達，ibon 功能在家中使用電腦即可達成動作，有替代性網頁系統

資料來源：由本組自行整理

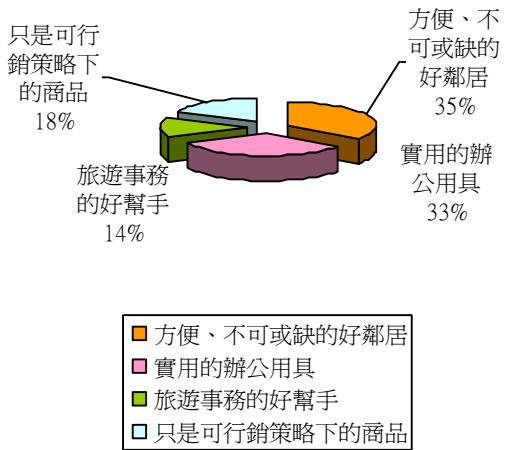
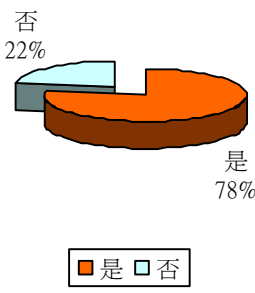
三、問卷調查

本組組員在新竹市地區進行問卷調查，採隨機抽樣方式發放 110 份問卷，回收 104 份，有效問卷 100 份，無效問卷 4 份，回收率 95%，有效回收率 90%。其分析如果如下：

<p>(一)性別比例之圓餅圖</p> <p style="text-align: center;">性別比</p>  <p style="text-align: center;">圖二</p>	<p style="text-align: center;">消費者性別之比例</p> <p>由圖二可得知使用 ibon 之消費者中，女性占據比例比男性稍多 3%。</p>
<p>(二)使用次數之圓餅圖</p> <p style="text-align: center;">使用次數</p>  <p style="text-align: center;">圖三</p>	<p style="text-align: center;">消費者使用次數之比例</p> <p>由圖三可得知使用者一周使用次數以 0-1 次占據比例最多，且隨次數增加，人數比例遞減。</p>
<p>(三)功能使用次數之長條圖</p>  <p style="text-align: center;">圖四</p>	<p style="text-align: center;">ibon 功能使用次數之長條圖</p> <p>由圖四可比較出在 ibon 的多種功能中以列印掃描之使用率最高，次則分別為儲值、繳費、購票。另外又以申辦服務之使用率最低。</p>
<p>(四)訂價滿意度之圓餅圖</p>	<p style="text-align: center;">ibon 整體訂價滿意度之分析</p>

<p>定價是否滿意</p> <table border="1"> <tr> <td>非常滿意</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>滿意</td> <td>38%</td> </tr> <tr> <td>尚可</td> <td>51%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>1%</td> </tr> </table> <p>圖五</p>	非常滿意	9%	滿意	38%	尚可	51%	不滿意	1%	非常不滿意	1%	<p>由圖五可知約一半的人對於 ibon 訂價表示尚可接受，且整體而言只有 2% 的人對 ibon 訂價表示負面評語。</p>
非常滿意	9%										
滿意	38%										
尚可	51%										
不滿意	1%										
非常不滿意	1%										
<p>(五)優惠活動滿意度之圓餅圖</p>	<p>ibon 優惠活動滿意度之分析</p>										
<p>優惠活動滿意度</p> <table border="1"> <tr> <td>非常滿意</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>滿意</td> <td>22%</td> </tr> <tr> <td>尚可</td> <td>64%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>3%</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>1%</td> </tr> </table> <p>圖六</p>	非常滿意	10%	滿意	22%	尚可	64%	不滿意	3%	非常不滿意	1%	<p>由圖六可知 6 成對 ibon 推出之優惠活動表示尚可，整體而言僅 4% 的使用者表示不滿意、非常不滿意。</p>
非常滿意	10%										
滿意	22%										
尚可	64%										
不滿意	3%										
非常不滿意	1%										
<p>(六)省時滿意度之圓餅圖</p>	<p>ibon 省時效果滿意度之分析</p>										
<p>節省時間滿意度</p> <table border="1"> <tr> <td>非常滿意</td> <td>27%</td> </tr> <tr> <td>滿意</td> <td>48%</td> </tr> <tr> <td>尚可</td> <td>24%</td> </tr> <tr> <td>不滿意</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>非常不滿意</td> <td>1%</td> </tr> </table> <p>圖七</p>	非常滿意	27%	滿意	48%	尚可	24%	不滿意	0%	非常不滿意	1%	<p>由圖七可知認為 ibon 有效節省時間的人數中，27% 表示非常滿意，相較訂價、優惠之比例更為多人，且僅 0%、1% 表示不滿意、非常不滿意。</p>
非常滿意	27%										
滿意	48%										
尚可	24%										
不滿意	0%										
非常不滿意	1%										

<p>(七)資訊量滿意度之圓餅圖</p> <p style="text-align: center;">資訊量滿意度</p> <p style="text-align: center;">圖八</p>	<p>ibon 資訊量滿意度之分析</p> <p>由圖八可知在資訊量方面表示尚可的人為 46%，比例最多，次則滿意 37%。</p>
<p>(八)性能滿意度之圓餅圖</p> <p style="text-align: center;">系統之性能滿意度</p> <p style="text-align: center;">圖九</p>	<p>ibon 性能滿意度之分析</p> <p>由圖九可知約一半的人對性能表示滿意，但相較前幾項，不滿意比例相較增加。</p>
<p>(九)功能種類滿意度之圓餅圖</p> <p style="text-align: center;">種類滿意度</p> <p style="text-align: center;">圖十</p>	<p>ibon 功能種類滿意度之分析</p> <p>由圖十可知就功能種類滿意度而言，整體來說約一半的人表示滿意，次則為尚可、非常滿意。</p>

(十)扮演的角色之圓餅圖	ibon 在生活中扮演之角色
<p style="text-align: center;">評價</p>  <p>方便、不可或缺的好鄰居 35%</p> <p>實用的辦公用具 33%</p> <p>只是可行銷策略下的商品 18%</p> <p>旅遊事務的好幫手 14%</p> <p>圖十一</p>	<p>由圖十一可得知，35%的人認為 ibon 是方便、不可或缺的好鄰居，同時也符合 7-11 預設達成之目標，33%的人認為 ibon 是實用的辦公用具，次為只是行銷商品、旅遊事務好幫手。</p>
(十一)是否再度使用之圓餅圖	是否再度使用之統計
<p style="text-align: center;">是否會想再次使用</p>  <p>是 78%</p> <p>否 22%</p> <p>圖十二</p>	<p>由圖十二得知人表示會再度使用 ibon 比否定的人多出 56%，也就是近八成之青少年願意再度使用。</p>

參●結論

一、結論

1. ibon 起初為考量消費者之便利、省時而設立多項功能，協助消費者處理生活事務。
2. ibon 之觸控板面以圖示呈現，使消費者一目了然。
3. 7-11ibon 提供多種功能，在分店遍布的優勢下，成功在消費者中建立最方便的好鄰居之形象。
4. 在各項功能使用次數中，以列印、購票、繳費、儲值四項，使用之消費者最多。
5. 在顧客滿意度中，整體而言以 ibon 省時效果、系統性能、功能種類三方面，

你最方便的好鄰居—7-11 i-bon 顧客自助式系統使用滿意度之探討
表示滿意之消費者居多。

二、建議

1. 以 ibon 各項功能的使用次數中，申辦服務(會員申請)僅 1%，被關注的次數最低，建議企業與更多廠商合作，推出優惠活動以促進會員申請之次數。
2. 在顧客滿意度中，以 ibon 整體訂價、優惠活動、提供之資訊量三方面，表示不滿意的消費者較多，建議企業可參考類似產業之訂價，以評估各項功能之價位為何，再者消費者對於目前 ibon 推出的優惠活動，反應較為不熱烈或接收之訊息不足，建議企業可增加宣傳，或推出更新更吸睛之策略吸引消費者，最後，在 ibon 提供之資訊量中，希望企業能提供更多生活層面之資訊，像是火車、公車時刻表，時事新聞之更新，以及每日氣象等資訊。

肆●引註資料

- 1.數位時代網站(2012)。檢索日期：2013/12/19，取自
<http://www.bnnext.com.tw/article/view/id/25836>
- 2.7-ELEVEN ibon 便利生活站(2009)。檢索日期：2013/11/10，取自
<http://www.ibon.com.tw/0000/about.aspx>。
- 3.經理人月刊(2012)。檢索日期：2013/12/15，取自
<http://www.managertoday.com.tw/?p=13673>
- 4.林淑芬(2011)。專題製作 最佳秘笈。新北市：台科大圖書。

附件〈問卷調查表〉

親愛的朋友：

您好！

這是一份專題製作用的問卷，想了解您對 ibon 之滿意度的一些看法，您提供的寶貴意見，將作為本專題研究的重要資料參考。您的一件非常珍貴，請給予最真實的回答，問卷中所填寫的資料，會完全保密，請放心作答。謝謝您！

敬祝

萬事如意

新竹高商

指導老師 陳佳吟

學生 龍佩欣 林佳璇 鄭伊倫

中華民國 102 年 12 月 21 日

壹、基本資料

請您依照個人之情況，再符合的選項口內打勾「V」：

- (1) 您的性別是 男性 女性
- (2) 你使用 ibon 的次數是：
 一星期 0-1 次 一星期 2-3 次 一星期 4 次以上
- (3) 你曾經或最常使用 ibon 的哪些功能（可複選）：
 列印掃描 儲值（如遊戲點數、電信充值）
 購票 休閒旅遊（如訂房、餐廳）
 繳費 數位生活（如找工作、叫車、宅急便）
 申辦服務（會員申請） 下載（申請表、相關資訊）
 紅利（如會員優惠點數） 好康活動（如抽獎、集點活動）

問題	評價	非常滿意	滿意	尚可	不滿意	非常不滿意
(4) 請問您覺得 ibon 的訂價是否合理？						
(5) 請問您覺得 ibon 的優惠活動如何？						
(6) 請問您覺得 ibon 是否有效節省時間？						
(7) 請問您覺得 ibon 的資訊是否足夠？						
(8) 請問您覺得 ibon 系統之性能如何？						
(9) 請問您覺得 ibon 功能種類多寡如何？						

- (10) 在你眼中 ibon 是：
 方便、不可或缺的好鄰居 實用的辦公用具
 旅遊事務的好幫手 只是個行銷策略下的商品
- (11) 經過以上問答，你會是否更了解 ibon 或再度使用它： 是 否

感謝您的參與，謝謝！祝您事事順心～