

網內互打的熱潮

投稿類別：商業類

篇名：

網內互打的熱潮：亞太電信用戶選用動機與行為分析

作者：

徐藝庭。新竹高商。三年三班

詹玉婷。新竹高商。三年三班

謝煜珈。新竹高商。三年三班

指導老師：

徐桂鈴老師

壹●前言

通訊是發送者透過某種媒體以某種格式來傳遞資訊到收信者以達到某個目的。在早期科技不發達的時代，人們靠著驛送、信鴿、信狗、符號、身體語言、眼神、烽煙、觸碰等方式進行資訊傳遞，不但耗費時間，也需花費昂貴的成本，更受許多因素的限制。隨著科學水平的飛速發展，相繼出現了無線電、固定電話、行動電話、網際網路甚至視訊電話等各種通訊方式。通訊技術拉近了人與人之間的距離，提高了經濟的效率，深刻的改變了人類的生活方式和社會面。

研究動機

隨著時代的進步以及科技的發達，人與人之間的距離也越縮越小，現今社會儼然形成了一個地球村。不論是工作上的需要，亦或是閒暇之餘，手機是現代人最普遍的通訊方式，電信公司如雨後春筍般一家接著一家的開，現代人的平均每天通話時數也隨之遞增，但高額的通話費著實成了一個無法忽視的問題，消費者總是想享受手機帶來的方便，卻對通話費斤斤計較。近年來的金融海嘯，更造成了很大的影響。電信業者無不推陳出新，提出許多的消費方案以吸引消費者，主要的取向都是以低額的月租費做為賣點。在這競爭激烈的電信市場中，亞太卻以出奇制勝的方式，利用消費者的心理，推出一連串”網內互打免費”專案，不強調月租費的高低，而把重點放在一定的價格內，卻可以享用更多的通話時數，形成了一股”網內互打免費”的熱潮，輕鬆的打敗其他電信公司，以迅雷不及掩耳的速度在電信市場中占有一席之地。究竟“網內互打免費”這一連串的專案是如何迅速的抓住消費者的心理，而在這看似經濟實惠的方案中，亞太如何從中賺取報酬---就是我們要研究的動機。

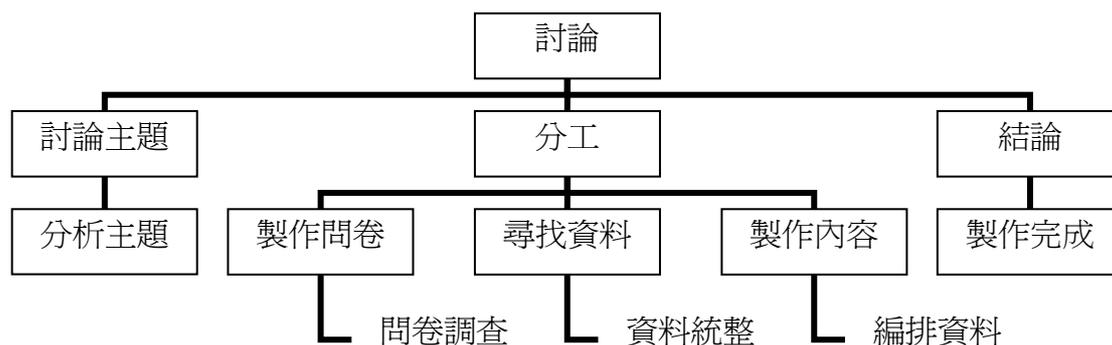
研究目的

1. 為什麼選用亞太？動機為何？
2. 選用之後使用行為
3. 與同樣是網內互打免費的威寶電信做比較

研究方法

- (1) 99年1月28日~99年3月7日
- (2) 研究對象為新竹市亞太用戶
發了80份問卷
回收67份問卷

研究流程圖

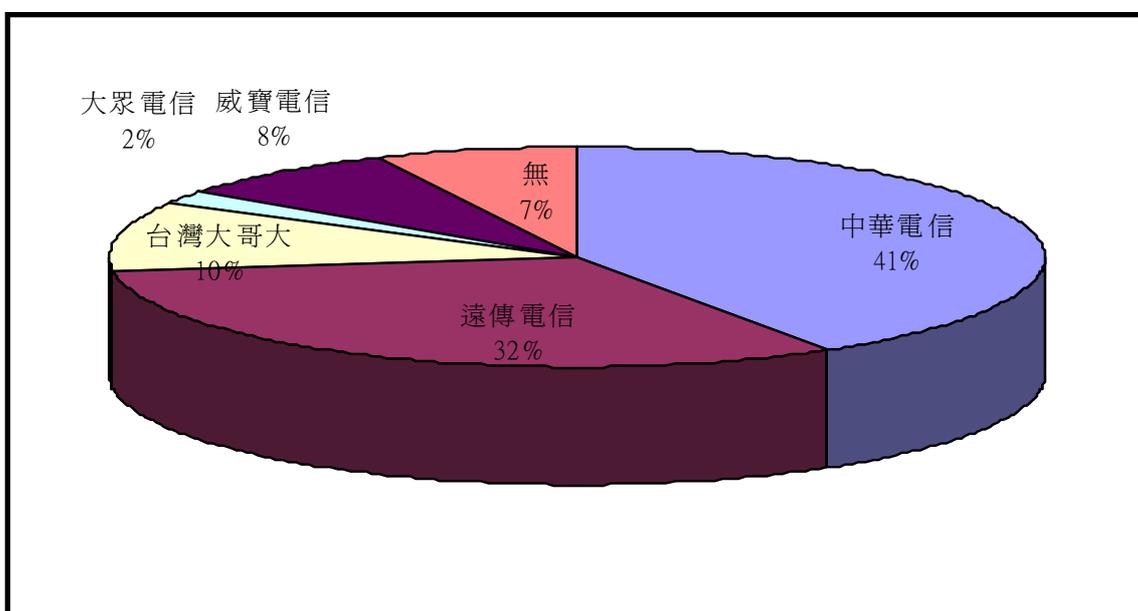


圖一 研究流程圖

貳●正文

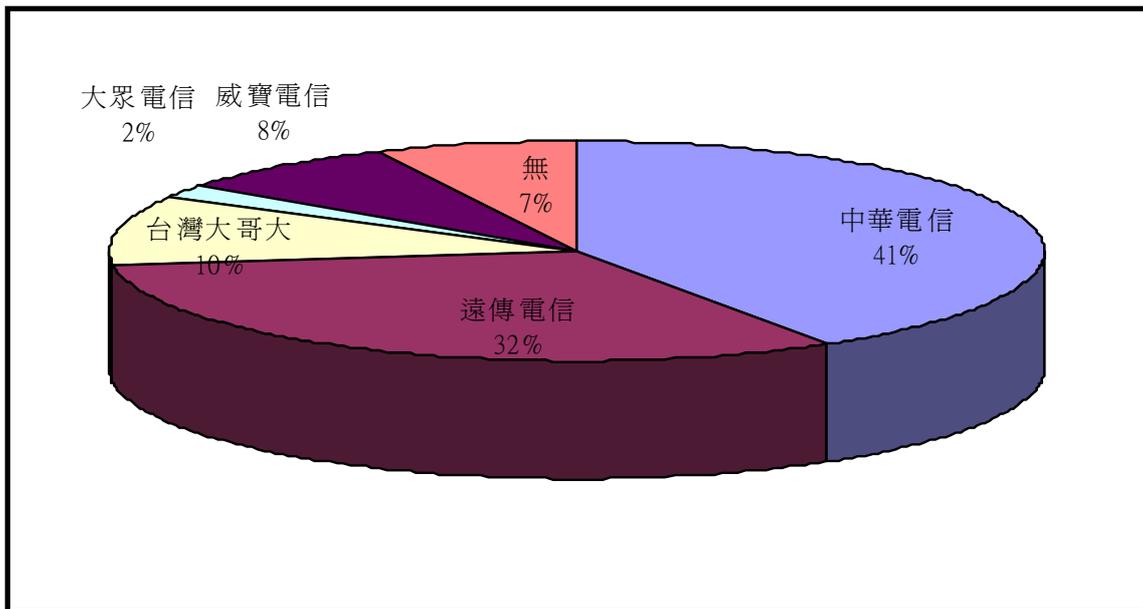
一、研究結果分析

依我們調查的對象，其中以高中生及大學生佔了高比例，調查結果顯示，大家對於選擇網內互打免費這項動機竟高達百分之七十四，其中原因當然脫離不了能為用戶們省下不少通話費；另外有些業務員，必須與公司隨時連絡，公司也會為了減輕成本而選擇亞太。



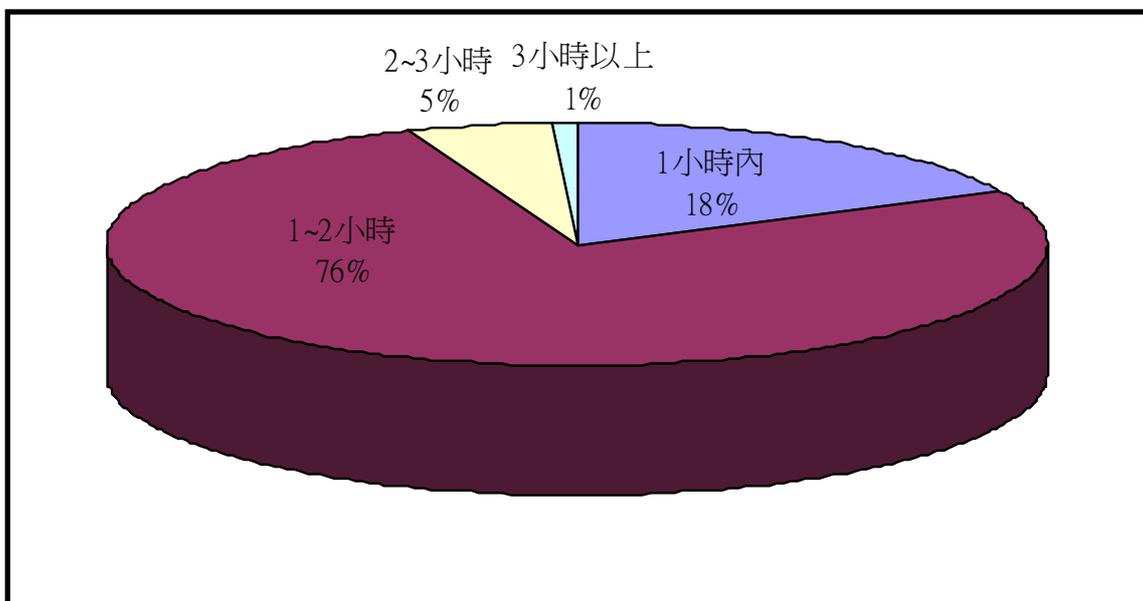
圖二 申請亞太的動機

根據問卷調查發現，中華電信與遠傳電信使用比例佔大多數，依照消費者口頭敘述，有些是因為原本就有一支固定撥打的手機，但是為了省荷包，而又多辦了一支亞太電信；而有些則是發現亞太電信有時因收訊不穩定而申辦了其他家電信的門號。



圖三 同時使用其他家電信比例

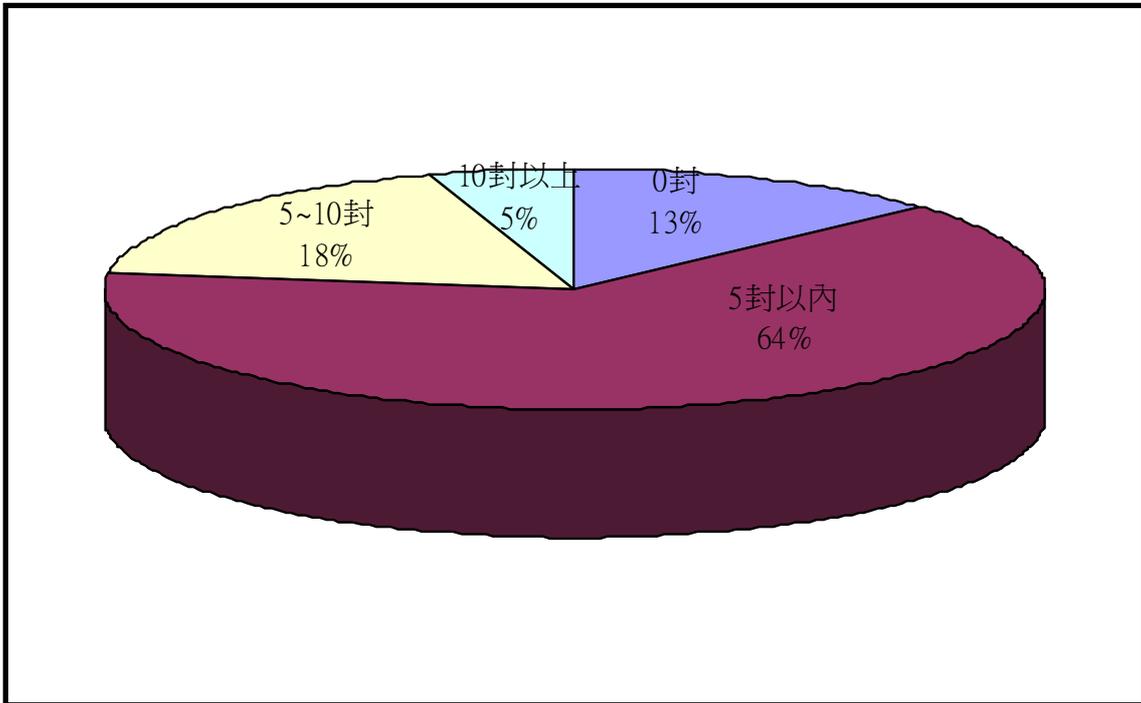
調查顯示一到兩小時佔了大多數，消費者也像我們透露，因為他們申辦了亞太，原本怕電話費太貴的煩惱都沒有了，所以從原本的10分鐘通話時間增加為兩個小時，而情侶則是可以用通話高達三小時，這也代表，互打免費真的會影響人們的通話時數。



圖四 平均每日通話時數

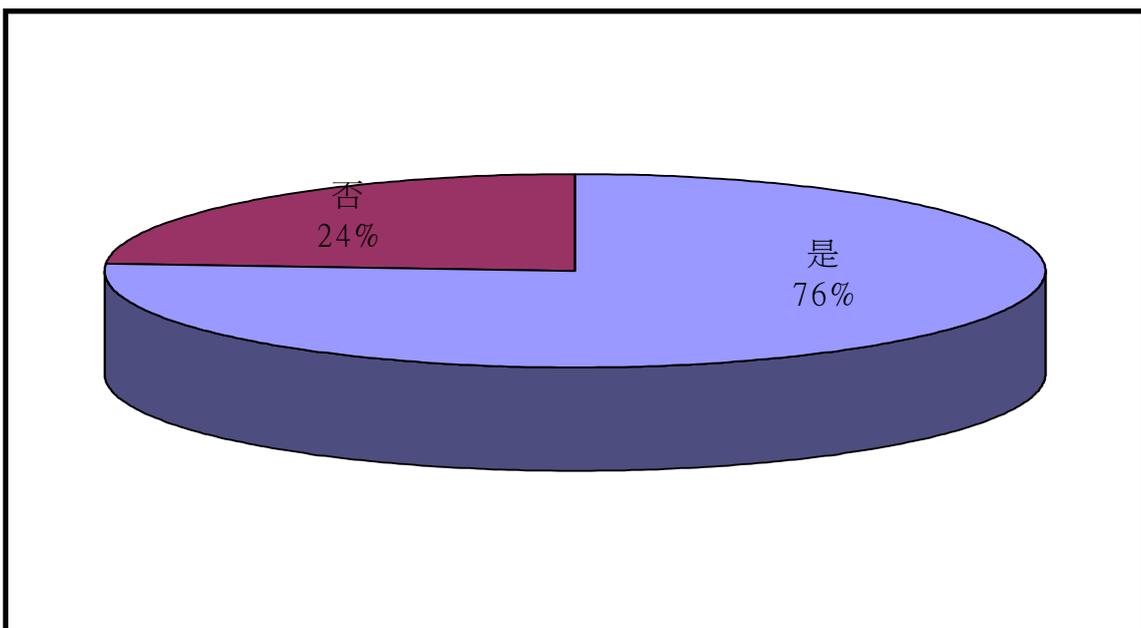
對於亞太，簡訊費用比較中華電信來講，相對的比較高，所以我們之前調查的，同時擁有兩支電信門號者以中華電信佔大多數，有些消費者是利用亞太的網內互打免費講電話，而簡訊則是用中華電信來發送，所以我們調查的結果，亞太的用

戶們打簡訊的數量其實並不多，原因就是因為簡訊費率比較高，所以通常都是直接打電話或是選擇用另外一支手機打簡訊。



圖五 平均每日簡訊數量

調查顯示，大部分的消費者認為雖然簡訊費率較高及收訊沒有理想中的好，但是因為網內互打免費真的替他們省了不少荷包，所以大多數我們調查的對象都願意繼續續約。



圖六 期滿了是否繼續續約

二、與威寶比較-亞太制勝關鍵

同樣是網內互打免費，亞太卻較威寶更為普及，原因是亞太出來的比較早，是網內互打界的龍頭，相對的一般人都較易有先入為主的觀念。

再者，有了新的競爭對手後，亞太也更注重品質的改善，經過我們的比較，亞太的手機普遍功能都不差，並且收訊也不錯，可以抓住特定的顧客群。

從推銷手法來看，因為威寶的興起，亞太更會不定期推出新方案，以滿足各年齡層顧客的不同需求，提供給顧客的選擇較多，相對的就讓顧客感覺有更好的服務。廣告方面，則是我們歸納出來吸引消費者很大的因素！，除了大量的廣告之外，內容也是從消費者的心態出發，不斷的強調，網內互打免費是件如何划算的事，且亞太是替大眾省錢，只要付固定的月租費，卻能夠享有通話時數不設限的好康！如果有週遭的好友是其他家的電信公司，亞太也非常貼心的，額外給顧客網外超低價的服務，在廣告過程中，不斷提醒消費者的是，亞太就是大家的朋友，是在替大眾省錢！並且廣告也不斷的推陳出新，針對不同客戶，有不同的表達方式以及廣告詞。有針對青少年、大學生或上班族等，再者，在異地工作的人們更可以為遠在家鄉的老母親也辦一支亞太。亞太從不吝嗇在廣告上出錢出心力，因為每多一支廣告，就多一份商機，亞太清楚的知道，廣告是可以影響消費者的一步棋，所以在各方面都兼顧的情況下，客戶相對的也就越來越多！

參●結論

亞太成功吸引客源的原因，是利用消費者「不想負擔高價的通話費，同時卻想使用手機達到生活中的各種需要」的心理，而推出了“網內互打免費”這項方案。畢竟手機是現代人不可或缺的通訊工具，並且使用的次數相當的頻繁，手機無可否定的是每日都會使用到的。然而，一天只要多講一分鐘、多一通電話，每到月底時通話費就會相當的可觀。正是這個因素，“網內互打免費”也就更突顯了節省話費的功能，因此當方案一推出時，馬上造成了廣大消費者的熱烈迴響。

本文有以下研究發現：

- (一) 圖二發現，網內互打免費這項方案確實成功吸引了廣大的消費者
- (二) 圖三發現，亞太用戶會同時持有其他家電信的手機，原因是亞太的收訊並不是很穩定，這也是亞太目前需要改進的地方。
- (三) 圖四發現，平均通話時數偏高證實了網內互打免費確實會影響用戶們的通話時數。
- (四) 圖五發現，由於亞太簡訊費率偏高，所以用戶簡訊數量較少，一般都以中

華電信發送簡訊，可參見圖三。

(五)圖六發現，綜合亞太所有的優缺點，簡訊費率偏高與收訊不穩定這兩項因素，依然無法減少用戶們對於網內互打免費的強大吸引力。

原本經由我們的問卷調查，預期的結果會是滿意的。令人意想不到的，滿意度的平均值出乎意料的低，並且其他選項的落差值也非常的高，相較起來，消費者普遍認為，亞太並沒有比先前的電信公司便宜多少，滿意度的平均值也沒有我們想像來得高，整合下來，亞太似乎沒有我們想像中的符合大眾的需求。

相反的，有不少消費者口頭反應，網內互打外表看似划算，實則該花費的費用還是不低，雖然是網內互打免費，但是相較先前的電信公司，並沒有便宜多少。

但是，在「是否會續約」這項調查中，大多數的消費者卻是選擇依然願意續約，和評價的結果有差異。因此，根據我們調查的結果，發現亞太之所以推出“網內互打免費”的目的，是希望吸引更多消費者，但是結果並不如預期好，但是消費者仍然願意續約的原因，想必這就是亞太成功的關鍵。

肆●引註資料

亞太電信官方網站

<http://www.aptg.com.tw/aptg2/index.html>

附錄

亞太電信問卷調查表

Asia Pacific Telecom

您好：

我們是新竹高商三年級學生，在此進行亞太意見調查作業，此問卷僅作研究參考，採不對外公開，請安心填寫，耽誤您幾分鐘時間，非常謝謝您的配合！：)

性別：男 女

身份別：國小 國中 高中 大專院校 社會人士

問題	選項欄	答案
1.申請亞太的動機	(A)網內互打免費 (B)朋友推薦 (C)家庭因素 (D)業務 (E)其他	
2 亞太門市的服務品質	(A)極佳 (B)佳 (C)尚可 (D)差	
3.您的資費方案		
4.是否有其他電信手機 是哪家?	(A)中華 (B)遠傳 (C)台灣大哥大 (D)P H S (D)威寶 (E)其他 (F) 無	
5.平均每日通話時數	(A)1 小時內 (B)1~2 小時 (C)2~3 小時 (D)3 小時以上	
6.平均每日簡訊數量	(A)0 封 (B)5 封以內 (C)5~10 封 (D)10 封以上	
7.網內互打免費對自己有利嗎	(A)非常有利 (B)尚可 (C)沒差	
8.有因為網內互打免費而增加聊天時數嗎?	(A)有 (B)沒有	
9.亞太收訊品質	(A)極佳 (B)佳 (C)尚可 (D)差	
10.期約滿了會繼續續約嗎?	(A)會 (B)不會	
11.亞太有比之前的電信公司更便宜嗎?	(A)有 (B)沒有 (C)差不多	
12.亞太整體喜好度，滿分十分，您打幾分?		