2009 士林 上半年消費者行為暨滿意度調查
《企劃提案》

文心育樂　行銷部
提案人　Philip
2009.4.3

前言

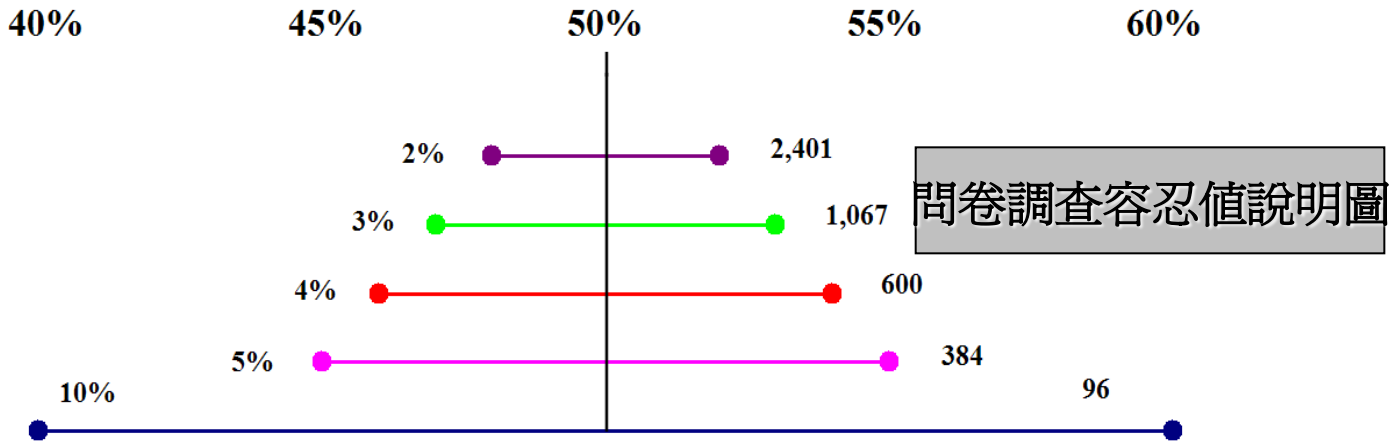
- 自2003年開始進行的問卷調查，每年都從調查結果中得到很多消費者的寶貴意見與營運參考意見。雖然E7PLAY已經實施兩次問卷調查，但是受到問卷操作不良與問卷內容因素，加上初期營運變動影響下，所得到的問卷調查結果並未能提供可參考的消費者行為分析與品牌偏好度。因此在士林E7PLAY營運日趨穩定的同時，進行較具深度的【消費行為與品牌偏好度問券調查】，期望能從中了解目前消費族群的消費行為分析與品牌偏好度。另外為了對照問券調查的可信度與消費行為深度，此專案還將規劃【POS會員消費紀錄分析】同時對會員消費明細做可供營運參考的數據分析。

目的

- 透過97年度新辦卡會員一整年的POS消費紀錄，分析出會員的消費習性與族群定位，此外更以此做為問卷調查的資料交叉分析與對照【士林】。
- 透過深度的問卷調查，了解士林消費屬性、行為分析、消費滿意度與品牌偏好度【士林】。
- 透過此一問卷調查行動，得到有效參考資料供士林未來營運與行銷策略參考。
- 期望以此成功案例，建立POS消費紀錄分析與問卷調查的資料交叉比對模式。

目標

- 【士林－ POS會員消費紀錄分析】在誤差容忍值3%(信心水準97%)，每館至少1067位以上POS消費紀錄數據分析
- 【士林－消費者問卷調查】在誤差容忍值4%信心水準97%) ，於所設定的3週內完成600份有效消費者行為與消費意願調查，並於2週後提出資料數據分析※
- 透過此次規劃執行，獲得5~10項未來營運行銷策略建議。



對象設定與抽樣設定

- 【士林－POS會員消費紀錄分析】

  針對97年度新辦卡會員以等距抽樣1067位

  分析其一整年（97）的POS消費紀錄

- 【士林－消費者問卷調查】

  針對4/21－5/17的現場消費者以現場等距抽樣660位

  以自填問卷的方式進行問卷調查

  ※以保齡球消費者為主

專案組織分工說明

消費者行爲暨滿意度調查

專案負責人 Philip

1 規劃與時程控管
2 專案品質進度控管
3 消費紀錄分析
4 組織分工規劃
5 結案報告與策略分析

數據整理 佳霓&小芝

1 每週問卷資料Key-In（小芝）
2 問卷資料分析（佳霓、小芝）

士林 問券調查執行

假日組450份 行銷部

現場問卷調查執行
每週六、日共8工作天
菲利普-60份、小瓶-60份
佳霓-60份
其餘由工讀生完成

平日組210份 士林現場

現場問卷調查執行與Key In
每週一至五共19工作天
早班一百四十份、晚班七十份
平均每天早班6份
平均每天晚班5份

現場營運 李副理&袁主任

1 士林POS優惠設定（李副理）
2 POS消費紀錄技術協助（全）
3 現場執行品質控管（袁主任）
4 結案策略分析（全）

執行日期說明（一）

【士林－ POS會員消費紀錄分析】4/3-4/30

4/3	4/7	4/14	4/30
確認會員卡數與抽樣區間	POS會員消費紀錄拋轉整理	消費紀錄數據分析檢核點完成進度30%	POS消費紀錄數據分析完成

執行日期說明（二）

【士林－消費者問卷調查】4/21-5/17

4/3	4/14	4/16	4/17	4/21–5/17	5/18–5/19	5/20-5/22	6/9
確認問卷數與抽樣方式	問卷內容提出	問卷內容確認 與問卷執行訓練	問卷調查沙推會議	問卷調查 執行期 4/21 檢核點 4/28 1st 檢核點 5/6 2nd 檢核點 5/12 3rd 檢核點	問卷Key-In檢核與確認	問卷調查數據分析	結案策略報告提出

操作內容規劃說明（一）

【士林－ POS會員消費紀錄分析】

1. **對象設定條件說明：**針對97年度新辦卡會員以等距抽樣　1067位分析其一整年（97）的POS消費紀錄

- 97年度新辦卡會員數：三重5212張、士林5789張，佔比取樣說明如下

		97年度辦卡數	各卡佔比	佔比取樣卡數	取樣區間與規則說明
士林	金	971張	16.8%	179張	會員卡號尾數爲3&8與會員卡號23000951
	銀	4818張	83.2%	888張	會員卡號尾數爲2&7

※ 士林的會員消費僅分析保齡球消費，若遇純撞球消費會員以下一號替補

操作內容規劃說明（二）

2. 所要整理的POS消費紀錄如下：

- 卡號、姓名
- 消費日期與時間（班別）
- 消費次數、回館頻率（半年幾次）
- 每回消費金額與每位會員消費總金額
- 消費內容
- 每卡每回消費人次

※士林的會員消費內容僅分析保齡球消費

操作內容規劃說明（三）

3. 所要分析的POS會員消費數據如下：
   - 97年度的取樣會員消費總筆數與總消費筆數佔比
   - 主要消費時間佔比（班別，以月與半年期分析）
   - 每位會員平均回館頻率與次數佔比
   - 每位會員平均年度消費金額，平均每回消費金額、平均每月每位消費金額與以上各項消費金額額度佔比
   - 平均每卡每回消費人次與佔比
   - 1067位會員的總消費金額、人次、回館次數與年度總數佔比

操作內容規劃說明（四）

【士林－消費者問卷調查】**目標：660份（有效數600）**

1. **對象設定條件說明：**針對4/21－5/17的現場消費者以等距抽樣660位以自填問券的方式進行問卷調查

- 對象設定按士林2008年下半年問卷調查結果的性別比例來篩選對象男女比例6：4

	班別	目標份數	男女比例	負責人與份數	注意事項
平日	早	6份/日	4人：2人	士林現場115份	▲限入館消費顧客填寫 ▲剛入館顧客，請待20分鐘後再請填寫 ▲多選擇使用過或正在使用設施的顧客 ▲請勿偏重同一類型(性別、年齡、個性)的顧客，影響問卷調查準確度 ▲每日每班達成顧客數，不可超過每班設定目標數的 ±10% ▲填寫完問卷，請花1分鐘核對填寫內容與消費者姓名與email做初步的篩選 ▲請詢問未答開放性問題消費者的意見
	晚	5份/日	3人：2人	士林現場95份	
假日	早	30份/日	12人：8人	行銷部450份 Philip 90份 小瓶60份 佳霓60份 工讀生240份	
	晚	25-30份/日	15人：10人		

操作內容規劃說明（五）

2. 所要調查的問卷調查方向

- 姓名基本核對
- 職業與收入範圍
- 從何得知本店？覺得吸引人的地方？或朋友如何跟你推薦？
- 最近3個月內嘗試過的室內休閒娛樂活動？
- 空閒時休閒活動的區域為何？
- 曾去下列那幾個室內娛樂場所？
- 當朋友要一起聚會時你會考慮下列幾個地方？排序為？
- 消費次數、回館頻率（半年幾次）
- 消費內容，通常都是為什麼而來消費？
- 每次平均來館停留時間？每次平均來館消費人次？
- 對於館那類的活動有印象？覺得如何？
- 你會跟朋友推薦本店嗎？如何推薦？

操作內容規劃說明（六）

3. 所要分析的問卷調查數據為

a. 各類消費者基本資料分析
b. 各類消費者的娛樂休閒習慣
c. 消費者心目中的娛樂休閒選擇與品牌順位
d. 消費者來店的消費行為分析
e. 消費者對E7PLAY的品牌印象

4. 問卷調查贈品：

- 每份有效完成者可獲得士林2局體驗卷2張
- 每週Key In的email供CRM電子報使用(優惠內容不同)

操作內容規劃說明（八）

6. 問卷調查執行日程表

	一	二	三	四	五	六	日
四月		21檢核點 早班6份 晚班5份	22 早班6份 晚班5份	23 早班6份 晚班5份	24 早班6份 晚班5份	25 Philip 60份	26 小瓶60份 60份
	27 早班6份 晚班5份	28　檢核點 早班6份 晚班5份	29 早班6份 晚班5份	30 早班6份 晚班5份	1 早班7份 晚班5份	2 工讀+Philip 60份	3 工讀生 55份
五月	4 早班6份 晚班5份	5 早班6份 晚班5份	6　檢核點 早班6份 晚班5份	7 早班6份 晚班5份	8 早班6份 晚班5份	9 佳霓60份	10 小芝 50份
	11 早班6份 晚班5份	12　檢核點 早班6份 晚班5份	13 早班6份 晚班5份	14 早班6份 晚班5份	15 早班6份 晚班5份	16 協理 50份	17 工讀生 55份
	18 Key In確認	19 Key In確認	20 數據分析	21 數據分析	22 數據分析		

預算

類別	ITEM	規格說明預算(NT)	E7PLAY
POS 會員消費紀錄分析	資料整理工讀費	士林1100位（3元/位） ※如有必要的話	3,300
問卷調查	問卷調查贈品	士林50元x660人x30%回收率 (2局體驗券2張)	9,900
	問卷CRM電子報	贈品50元/份x660人x10%回館率	3,300
	資料整理工讀費	士林600位（5元/位） ※如有必要的話	3,000
行政雜支			4,000
		Total	23,500
		贈品成本	13,200
		實際產生行銷成本（文心向叢林申請專案費用）	10,300