

行銷個案分析-全家便利商店

授課教師：陳家和

FamilyMart

全家 FamilyMart

FamilyMart

天天樂透了 20 樂透了

10萬天天送

活動時間:97/11/4~12/1

我要好運 更要抽現金

買遊戲點數卡 請你喝

取金公仔來了

兌換期限 97/10/21~11/17

97/11/4~12/1止

瑞穗鮮乳

還可參加抽獎喔!

相遇暖冬 感受濃郁風味 可可純度提升35%

喝飲冰室茶集 就有機會獲得 限量PORTER包

覺醒系

11/4-12/1 全家為打拼族、夜貓族 加油!!

熱門活動 商品情報 廣告商品 便利服務 Family club 企業情報 加盟招募 人力招募

全家繳費省生活費

憑繳費收據登入 FamiPort 或全家官網參加抽獎

活動加時間: 97/11/07 -12/1

現在到全家繳費，憑繳費收據登入FamiPort或全家官網就有機會抽中一年生活費!

MORE

HAPPY GO

點數即將到期，來全家

HAPPYGO 累一見一點最優惠

現在到全家使用HAPPY GO卡累積或兌換點數最優惠，送你買一送一折價券!

MORE

給愛一個家

思家兒夢想計劃

感謝來自各方的關懷，自97年7月1日至8月31日已募得4,376,386元!

MORE

全家最新消息

- * 11/11 1:00~2:00AM官網系統停機暫停服務
- * 全家鮮食商品不含大陸製造之植物性蛋白、奶精與乳製品等成分，已全數通過安全檢驗。
- * 本公司與花旗(台灣)商業銀行

大綱

- 全家便利商店簡介
- 產業面向分析
- 市場面向分析
- 行銷面向分析
- 競爭策略分析
- SWOT分析

全家便利商店簡介

弘光科技大學資訊管理系
行銷學

公司背景

- 公司名稱：
 - 全家便利商店股份有限公司
- 產業別：
 - 百貨零售相關業
- 負責人：
 - 董事長潘進丁先生

服務項目

- **主要產品：**
 - 雜貨、日用品、鮮食商品、書報雜誌、飲料...等類零售。
- **便利服務：**
 - 宅配通、代收與查詢、ATM、全家有禮、國際快遞、傳真影印、電腦維修與即時購。

企業源起

- 全家便利商店於1988年由日本引進台灣，8月18日全家便利商店股份有限公司成立，資本額2億元。同年底，第一家店『館前店』於台北火車站商圈開幕。歷經6年的努力，於1994年損益平衡。
- 至1997年為期十年的創業期間，全家便利商店共計在台灣島內開設500家門市。爾後，進入快速成長期，以每3年500家店擴展規模。
- 2002年全家便利商店成為股票上櫃企業，資本額17億。
- 2004年7月進軍中國大陸上海，成為國內便利商店系統第一家登陸企業。
- 2006年店數正式突破2000店。

企業沿革

2007	併購福客多157家店，完成業界第一宗整併案，店數正式突破2220家，市佔率達24.5%
2006	第兩千店(瑞湖店)開幕通過SGS國際服務驗證，成為亞洲第一家通過之連鎖零售企業
2005	連續兩年獲選遠見雜誌六大服務業服務力大調查「便利商店組第一名」的殊榮！第一家「郊區型概念店」(彰化縣西店)開幕。
2004	正式於上海開店，成為國內國內便利商店系統第一家登錄企業。獲選遠見雜誌六大服務業服務力大調查「便利商店組第一名」的殊榮！
2003	導入第二代POS系統第一千五百店(富陽店)開幕
2000	店數突破一千店(仟禧店)隆重開幕
1999	領先同業推出「網路訂貨，店鋪取貨」服務—正式展開電子商務服務
1998	首創代收服務業務，代收台北市停車費
1997	第五百家店(台中漢口店)開幕
1994	達到損益平衡
1990	展開FC加盟系統
1989	「全台物流中心」成立，建立自有物流系統
1988	自日本引進Familymart品牌，「全家便利商店股份有限公司」正式成立，資本額2億元。8月18日第一家店「館前店」於台北火車站商圈開幕

經營理念

- **顧客滿意**
 - 抱持認真、負責、誠懇的態度，作為消費者、店舖與廠商之間的橋樑；
 - 徹底貫徹S&Q.C. (Service, Quality and Cleanliness) 的經營方針，提供消費者親切的購物環境、優質的商品、多元便利的服務與生活情報資訊。
- **共同成長**
 - 結合顧客、加盟者、協力廠商、公司、全體員工及社區居民等全體利益關係，不斷創新突破、共同互助成長。



品牌精神

The logo for FamilyMart, featuring the brand name in a bold, sans-serif font, centered between two horizontal bars. The entire logo is enclosed within a light gray rounded rectangular border.

FamilyMart

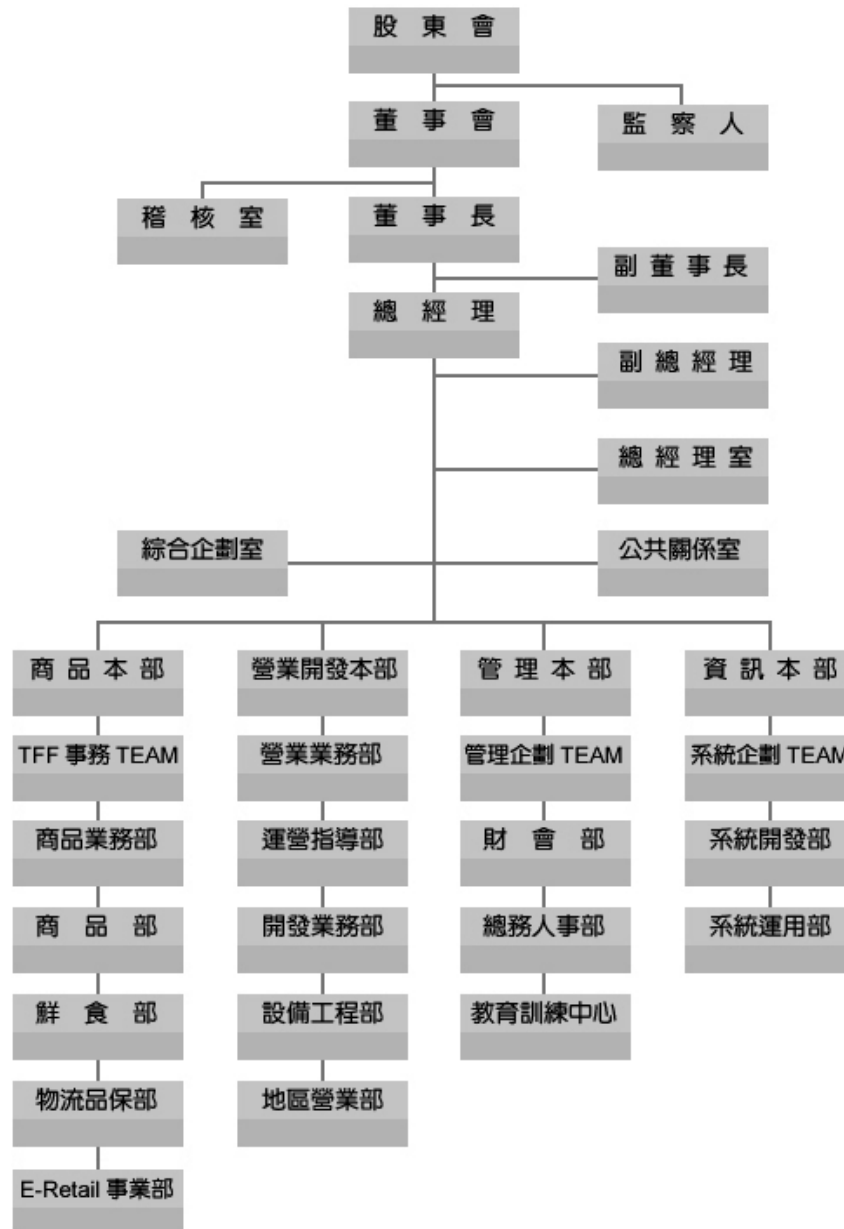
FamilyMart 是以藍色和綠色作為品牌識別基調
主要傳達的印象是，洗鍊的都會性及容易親近的信賴感



服務承諾

- 24小時全年無休，提供您最貼心的服務
- 整潔明亮的店鋪空間，營造舒適的購物環境
- 微笑親切主動迅速，讓您擁有購物好心情
- 持續推陳出新，讓生活便利更加分
- 商品新鮮種類豐富，讓您盡情嘗“鮮”
- 守望相助最安全，值得您信賴的好鄰居

組織架構



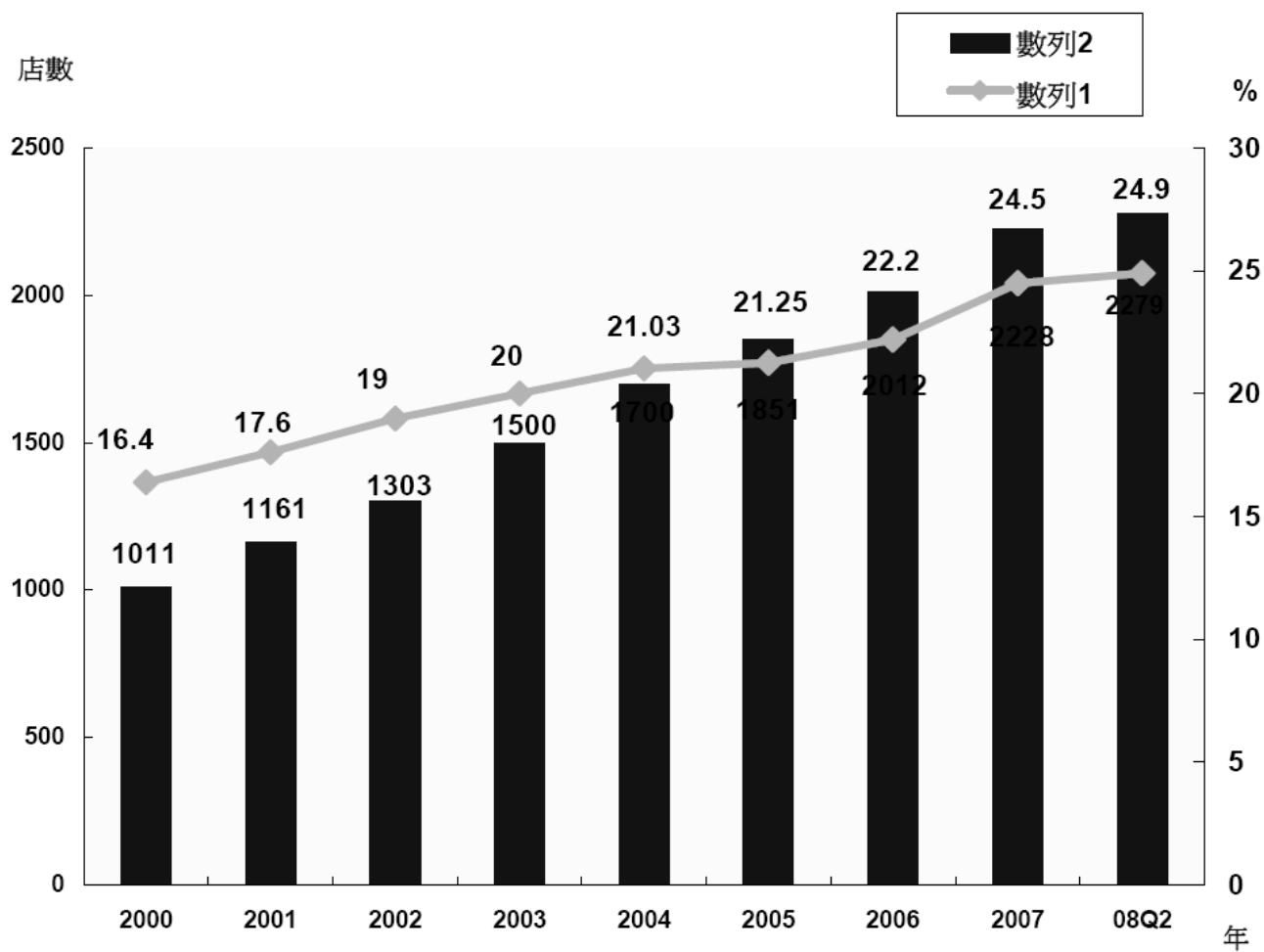
產業面向分析

- 店鋪數量與位置選擇
- 產品研發
- 資訊系統
- 決定產品組合
- 與供應商的關係
- 訂貨
- 物流配送系統
- 產品促銷
- 銷售
- 銷售資訊的回饋

市場面向分析

- 市場定位
 - 全家便利商店以服務、創新、方便為其定位。
- 市場佔有率
- 市場區隔

店舖數與市場佔有率



行銷面向分析

- 行銷組合
 - 產品、價格、促銷、通路
- 行銷人員
- 公共事務
- 流程-專屬的物流配送
- 現場環境
- 服務

公共事務

公益主張



FamilyMart自許將企業核心優勢結合企業社會責任，不僅將全台各地的店鋪作為民眾最容易發揮愛心的零錢捐平台，也與社會團體共同合作、倡導社會議題，規劃公益環保行動，邀請民眾一齊參與。

我們也將持續投注企業資源，小從社區清潔或急難救助，大至對於社會弱勢族群的支持和鼓勵，透過愛心的匯集與交流，全家的每一位顧客，都和全家能一起參與社會環境的關懷行動。

都	因		2	1	6	2	3	9	1	我
是	為		0	0	9	1	1	6	2	有
的	每		9	4	4	7	5	9	7	
家	個		5	3	3	8	6	7	2	
人	願		1	個	6	8	8	個	5	
。	意		個	個	個	8	個	奶	個	
	為		姊	姊	阿	個	奶	奶	爺	
	我		姊	姊	姨	伯	叔	、	爺	
	付		、	、	、	伯	叔	、	、	
	出									
	的									
	人									
	，									

公益代理人




思家兒夢想計劃
給愛一個家

謝謝來自各方的關懷，「思家兒夢想計畫，給愛一個家」為思家兒獨立生活方案籌募經費，於 97年7月1日至 8月31日共募得 4,376,386元，距離目標1500萬，還有 10,623,614元。

便利服務

 宅配通

 代收與查詢

 ATM

 全家有禮

 傳真影印

 國際快遞

 電腦維修

 即時購

電腦維修-讓您的電腦維修更方便!

 維修服務件  送修真方便

 →  → 

 ← 

廠商名稱	廠商客服電話 / 網址	全家手續費	代收商品別
華碩電腦	0800-093-456 (24小時全年無休) http://taiwan.asus.com.tw/	30	NB
	0800-058-199 (週一~週五 9:00~18:00)		

競爭策略分析

- 市場滲透深化策略
- 產品開發策略
- 新市場開發策略
- 全球策略
- 策略聯盟策略
- 異業合作策略
- 差異化策略
- 多角化策略

全球策略

拓展至全世界的FamilyMart



韓國



→CLICK

日本



→CLICK

中國



→CLICK

台灣



→CLICK

TOTAL

14,336 店

(2008年09月30日現在的店舖數)

泰國



→CLICK

美國



→CLICK

加速在亞洲、美洲、環太平洋區域的分店拓展，目標為全球2萬店。

多角化策略

關係企業



全家便利商店之SWOT分析(一)

優勢

- 具備完備組織
- 慎選加盟者與機盟地點
- 店內擺設一致
- 具有風潮敏感度
- 店鋪管理流程穩定度高
- 配合行動力夠
- 食品新鮮度高
- 品質要求嚴格
- 加盟者無現金周轉壓力

劣勢

- 商品價格略高
- 店數接近飽和狀態
- 地區分配不均
- 員工安全無法顧及
- 決策皆是由高層決定
- 有業績壓力
- 鮮食損失自行負擔
- 分店有訂貨壓力

全家便利商店之SWOT分析(二)

機會

- 品牌優勢
- 國民所得提高
- 多元的服務項目

威脅

- 同業競爭
- 供應商的議價
- 顧客群的關係
- 潛在威脅
- 市場飽和度高

參考文獻

- 戴國良(2006)，行銷管理實務個案分析，五南圖書出版公司。
- 全家便利商店網站，
<http://www.family.com.tw/Marketing/index.aspx>