

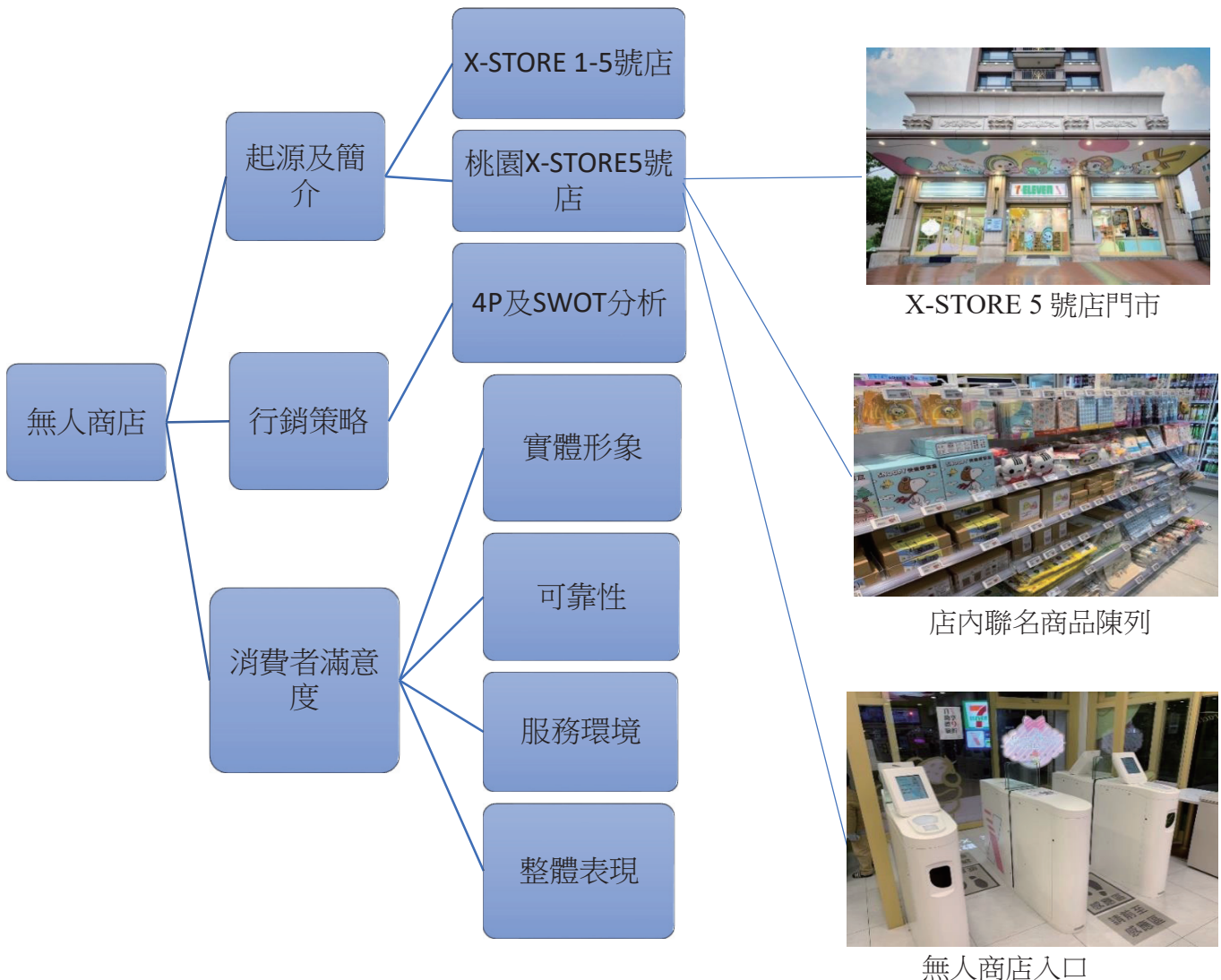


# 作品簡介

## 空「無」一「人」—以桃園 X-STORE 5 號店為例

012501 江峻鋒、012503 李科緯、012506 郭峻騏

在科技日新月異的世代，發展出各式各樣新的技術因而帶給廠商許多商機，7-11 看準此商機開始設立 X-STORE，而無人商店這種顛覆傳統零售店的新興消費方式，受到許多消費者注目因而前往消費本研究旨在探討無人商店的消費者滿意度及行銷策略，先以文獻探討無人商店的起源及桃園 X-STORE5 號店，再以網路問卷調查消費者對無人商店的服務認同度、使用接受度及使用需求度，並透過 SWOT 及 4P 分析提出對其的建議。



本組依文獻探討、問卷調查提出以下兩點建議:

- (一) 拓展無人商店據點: 成家數過少，無法走進群眾生活，因此，建議無人商店拓展據點。
- (二) 產品差異化及多元化: 推出不同產品組合，而無人商店的產品與便利商店