

問答題(共三題)

1. 蔡振豪在全國電子的變法內容為何？請說明。(35 分)

解答：

1. 感受經營學
2. 員工的個人價值
3. 「足甘心」的藍海策略
4. 顧客的終身價值（請詳 7-3 蔡振豪變法在全國）

2. 請敘述全國電子的商品品牌策略，其內容為何？(35 分)

解答：

「雙品牌策略」，Digital City 專攻新潮的 3C 產品，提供科技、新潮、活力及有趣一次購足的特色。

1. 全國電子的品牌定位是智慧生活的好鄰居，目標客群為喜歡親切服務的人。
2. Digital City 方面，品牌定位專攻新潮的 3C 產品；目標客群為喜歡最新數位產品的人。（請詳 7-5 雙品牌與二代店）

3. 請問全聯買下大潤發的策略思維是什麼？(30 分)

解答：

1. 零售業界線模糊，加速通路布局
2. 彌補超市商品的侷限，發展「新零售」
3. 以併購擴大版圖，晉升「全民超市」
4. 服侍客人貼心細心
（請詳 8-4 全聯買台灣大潤發）