

消費者行為與行銷策略之研究-以現金卡為例

指導老師：陳振隆

組 員：蔡惠宇、葉芳、陳護凡、劉頤軍

摘 要

近年來隨著金融市場新興商品的信用卡戰火不斷延燒，如今，金融市場又掀起了另一波現金卡的革命，現金卡儼然已成為時下流行的理財工具之一。目前現金卡市場競爭激烈，為了爭奪市場占有率，發卡銀行無不卯足勁全力促銷。

為了使每位現金卡持有者對銀行的貢獻達到最大化，應該針對不同持卡人的消費行為特性給予適當的行銷策略。因此本研究將利用現金卡不同使用頻率與生活型態區隔變數，將現金卡的顧客予以區隔，並且探討每個區隔內的差異性及給予不同的行銷建議，希望可以利用有限的資源達到最大的運用。

本研究主要在探討高雄縣市地區已持有現金卡的消費者辦卡行為及市場區隔的情形，並嘗試依照不同使用頻率及生活型態的消費者作出各區隔市場的特性分析。研究範圍包括持有現金卡者之人口統計變數、申辦現金卡重視的因素、申辦動機、和媒體接觸習慣，利用了基本的敘述統計、卡方檢定、信度分析、因素分析和集群分析等檢定方法，來進行深入的分析，並依照不同區隔市場提出適當建議。