

明新科技大學

企業管理系

畢業專題研究報告

學生實習商店社群行銷策略之探討

學 生：劉宛芸 鄭筠諮

林冠廷 陳莉庭

洪邦祐

指導老師：張哲明老師

中 華 民 國 一 百 一 十 五 年 六 月

摘 要

本文將探討學校即將設立的學生實習商店，要怎麼善用社群媒體來做行銷，現在社群媒體已經變成大家日常生活中不可缺少的一部分，台灣的社群媒體使用率大約有七成，18 到 29 歲的年輕人更高達將近 97%，幾乎人人都在用手機滑 IG、FB 等等。在這樣的時代背景下該如何行銷我們的實習商店，以往傳統商店只靠海報或口耳相傳來宣傳，觸及的範圍很有限，如果能把社群行銷融入實習商店的經營，不只可以更有知名度，還能讓學生在過程中學到行銷技能，讓課堂上學的東西有地方能實際使用。

本研究採用問卷調查法，以本校學生、教職員及學校附近人員為研究對象，蒐集 250 份有效問卷，調查消費習慣和社群使用行為。結果發現，受訪者中有 65.6% 的人每天使用社群媒體的時間在 3 到 8 小時之間，另外有 12% 受訪者每天用超過 8 小時，代表幾乎八成的人每天都有大量時間在社群上，更重要的有高達 85% 的人曾經因為看到社群上的行銷內容而實際去買東西，社群行銷的效益非常高。根據這些發現，研究建議實習商店以 LINE 搭配 Instagram 為主力平台，用 LINE 做會員管理和促銷，用 Instagram 塑造品牌形象，同時透過 Facebook、Threads 和短影音來增加曝光。

本研究不只是在幫學生實習商店想行銷方法，更希望讓學生在使用社群帳號的過程中，能把課堂上學到的行銷能力發揮出來，培養未來進入職場所需求的行銷能力。

【關鍵詞】：學生實習商店、社群行銷、零售業、OMO 新零售、數位行銷實務