

三信家商 商業經營科 專題簡報

題目：

衛生棉使用滿意度－
以三信家商學生為例

指導老師：董瓊雲老師

學生：余玖螢、余羿萱、沈宜靜

目錄



1、研究動機

- 身為女性每個月必經歷的「月事」常成為女性頭痛日子，期間的不舒服、衛生棉選用錯誤以致煩躁等負面情緒，因為大部分的女性都有此困擾纏身，所以我們以此為研究動機，深入調查，經由網路調查找出蘇菲、好自在、靠得住三大品牌。
- 如何選擇衛生棉是一門很深的學問，選對了將能讓你在月事來的日子裡一樣自在、快樂。

2、研究目的

一

• 了解女性對衛生棉的滿意度。

二

• 了解為何女性喜歡選用蘇菲、好自在、靠得住這三大品牌。

三

• 探討蘇菲、好自在、靠得住這三大品牌的市場、行銷手法，並加以分析。



3、研究流程



4、研究對象

- 研究對象以三信家商學生為主。





◎探討一

○顧客滿意度的定義

1965年Cardozo首次提出顧客滿意的觀念，他認為在某一特定的場合、時機或特定使用情境下，顧客對購買產品所犧牲的成本以及獲得產品報酬後的認知狀態，當認知到報酬比犧牲的成本高，則會形成滿意，反之則不滿意。





◎探討一 2

○ 市場占有率定義

某一時間，某一公司的產品(或某一種產品)，在同類產品市場銷售中占的比例或百分比。



◎研究方法

○（一）文獻分析法



透過網路或書籍，蒐集和衛生棉相關的資料，以行銷4P分析，了解三大品牌行銷成功之原因。

○（二）問卷調查法



透過問卷調查，分析出學生對衛生棉的滿意度。



◎衛生棉來源

- 台灣的衛生棉大致上都是從西方來的，台灣是在70年代才開始盛行衛生棉，之前的女性是用布處理月經。
- 在西方第一個衛生棉出來的時間是1921年，剛開始這些棉花只是用在戰場上止血的，之後戰場上的護士發現這些棉花可以用在每個月的月事上，才開始生產了所謂的Kotex（靠得住）。



◎衛生棉歷史

- 早期的女性使用海中的海棉當作吸收經血的用品。
- 中國古代的婦女使用長布條。
- 非洲某些地方的婦女有使用鬆軟的羽毛和布片墊在下體。
- 衛生棉約在1933年問世，其形狀類似一枚子彈，尾端附有棉線，也有依月經流量不同，分有不同吸收量的衛生棉。

◎衛生棉基本構造

➤ 表層：

PE表層和棉質表層是最常用的兩種材質，PE表層加上微孔設計，能讓經血不易回滲，讓使用者有乾爽的感覺。

➤ 內層：

主要是棉、不織布、紙漿或以上材質複合物所形成的高分子聚合物和高分子聚合物複合紙。

◎衛生棉基本構造

➤ 側邊：

設計主要用來防止側漏，因為使用時會和衛生棉本體呈現某個角度，更容易和鼠蹊部產生摩擦，因此使用柔軟材質的側邊的衛生棉較受女性青睞。

➤ 背膠：

不透水材質，可將經血保留在衛生棉中。



◎種類與疾病

- 因應不同月經流量的需求，又發展出：
 - ✓ 加長型
 - ✓ 夜用型
 - ✓ 日用型
 - ✓ 量少型…等。
- 時間使用衛生棉會引起陰部潮溼，溫度升高，最常見的感染分有有真菌性和細菌性兩種。



前言

文獻
探討研究
內容研究
結果結論
與建
議參考
文獻

附錄

◎品牌公司介紹



蘇菲

創立於1985年8月，企業家洪老典先生與日本最大的婦幼用品製造商優妮嬌盟株式會社合資成立，秉持以滿足消費者需要及追求卓越的永續經營理念致力於減輕女性生理上的束縛，追求更舒適的生活。



好自在

自1985年進入台灣市場以來，P&G寶僑一直積極地了解台灣的消費者致力於提供本地消費者高品質、高價值的產品以提升生活品質。



靠得住

美國金百利克拉克公司於1975年投資成立台灣金百利公司，在公司成立的第一年即成功研發出台灣第一片「靠得住」衛生棉，使「靠得住」在台灣成為衛生棉的代名詞。

行銷4P—「產品策略」分析

蘇 菲	好自在	靠得住
◇ 每個產品都有主打訴求。 ◇ 產品： • 防側漏 • 超超薄 • 超熟睡 • 抑制潔菌 • 彈力貼身	◇ 不斷在產品的吸收力、觸感、形狀、長度、壓紋等方面持續求取技術進步改良推出更多符合消費者需求的新產品 ◇ 產品： • 超柔軟瞬潔絲薄系列 • 柔嫩清爽系列	◇ 堅持對服務、品質、價格提供最好的策略。 ◇ 產品： • 溫柔宣言 • 超薄護翼 • 純白體驗 • 草本抑菌



行銷4P—「價格策略」分析

蘇 菲	好自在	靠得住
*日用一片約2.20元	*日用一片約2.70元	*日用一片約3.30元
*夜用一片約2.90元	*夜用一片約4.14元	*夜用一片約3.67元





行銷4P—「通路策略」分析

蘇 菲	好自在	靠得住
各大量販店、超商、 藥妝店、全聯等。	各大量販店、超商、 藥妝店、全聯等。	各大量販店、超商、 藥妝店、全聯等。



前言

文獻
探討

研究
內容

研究
結果

結論
與建
議

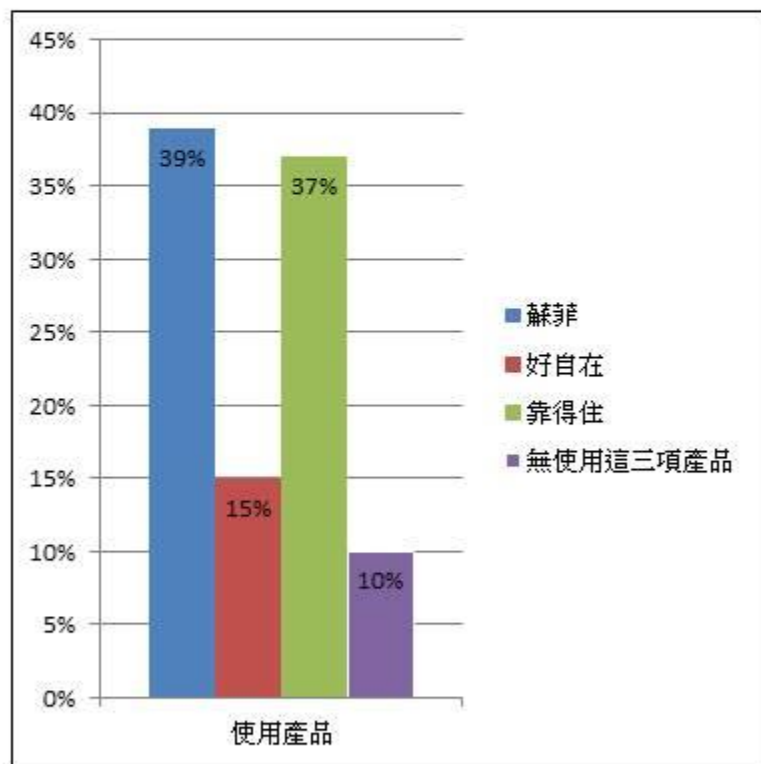
參考
文獻

附錄

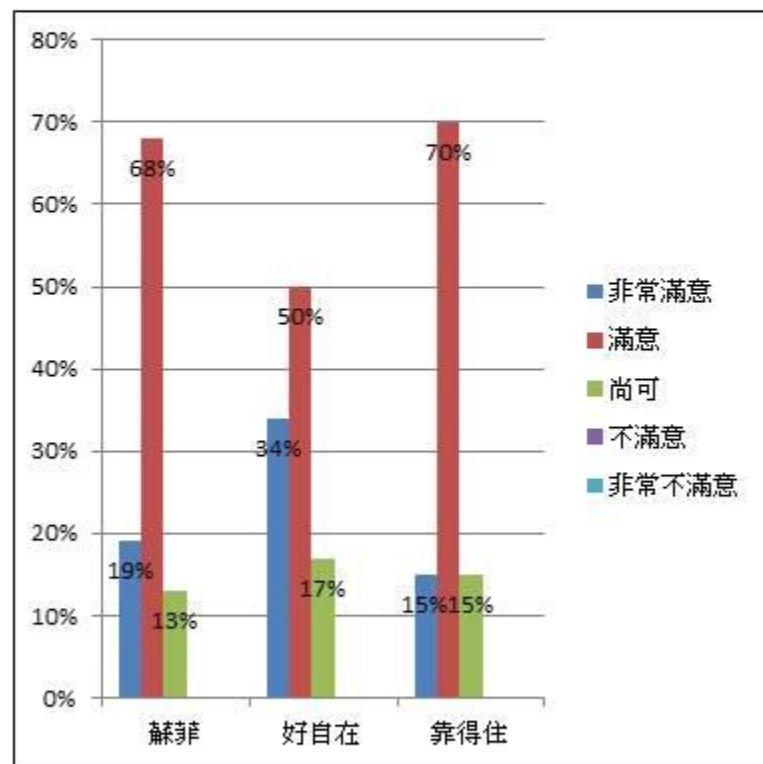
行銷4P—「推廣策略」分析

蘇 菲	好自在	靠得住
◆ 推出新品時有附贈試用包。 ◆ 買兩組有特價優惠。	◆ 拿舊的衛生棉空袋到特定門市兌換新產品。	◆ 看影片送體驗包 ◆ 參加活動有機會拿到體驗包和禮物。

◎問卷分析

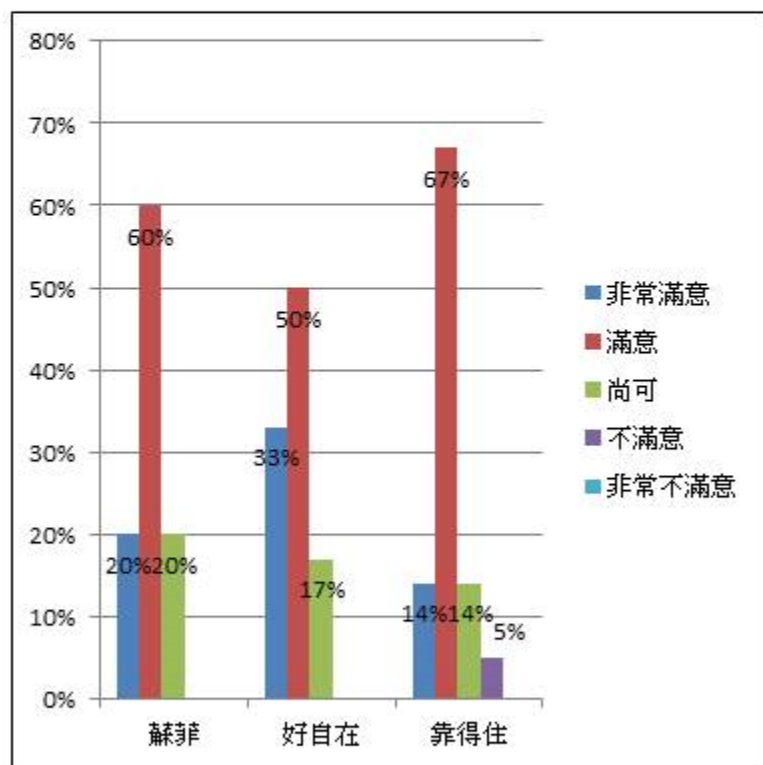


使用產品分析圖

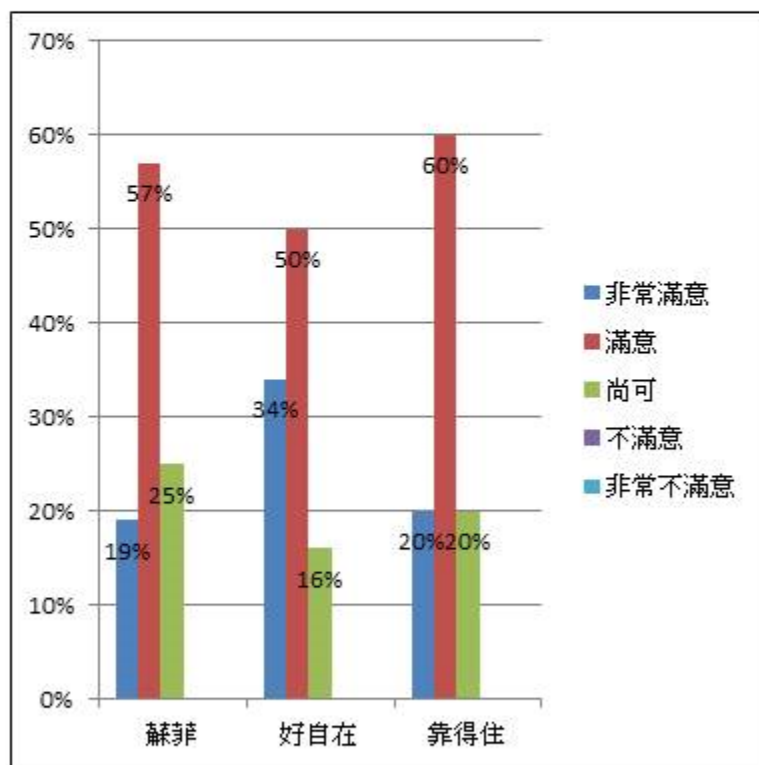


品牌滿意度分析圖

◎問卷分析

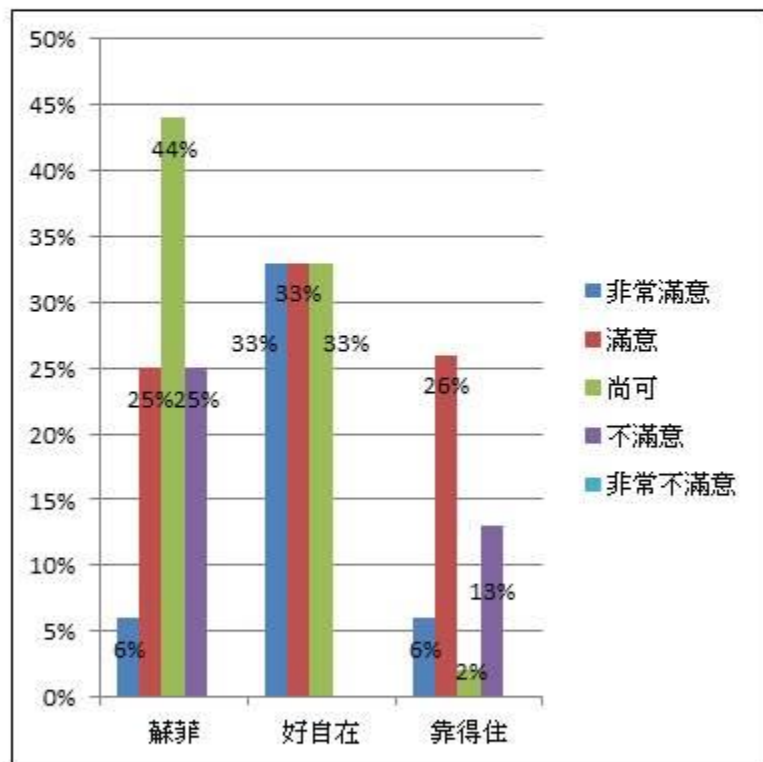


包裝滿意度分析圖

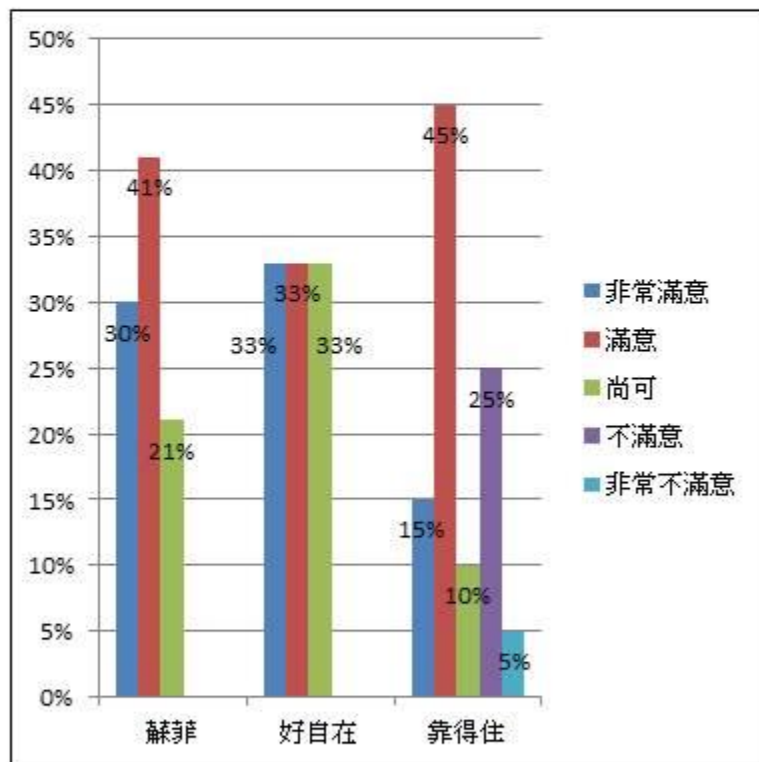


舒適滿意度分析圖

◎問卷分析



價格滿意度分析圖



固定使用產品分析圖

前言

文獻
探討

研究
內容

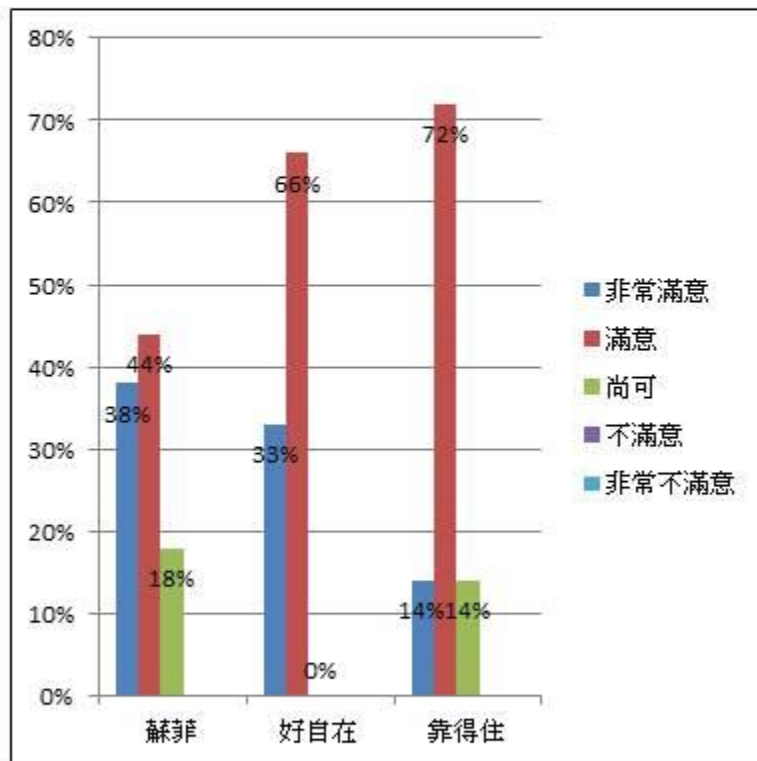
研究
結果

結論
與建
議

參考
文獻

附錄

◎問卷分析



產品滿意度分析圖



◎研究結論

- 平常購買衛生棉時總以為沒什麼差別，經過調查後發現其實大錯特錯，縱使每個產品看起來大同小異，使用後不難發現還是有差別。
- 根據我們問卷調查發現本校學生偏好使用蘇菲和靠得住兩大品牌，大部分抱持滿意態度，相信這三個品牌繼續努力能受益良多並有助於新產品的開發。

◎研究建議

- 蘇菲：價錢可降低一點；背膠太黏，過於難撕。
- 好自在：無建議。
- 靠得住：外包裝可否加夾鏈袋。

◎參考書

- 1、胡春暉・Wonder Sun，2008，專題製作－經營管理篇，台北縣：台科大圖書。
- 2、葉伊修，2013，商業概論（上），新北市：東岱專業圖書。
- 3、葉伊修，2013，商業概論（下），新北市：東岱專業圖書。
- 4、莊銘國，2010，贏在市場佔有率，台北市：書泉。

◎引註資料 (以下只截取其中幾個)

- ※註一：衛生棉和衛生棉條有一樣嗎。擷取日期2013年10月12日，取自
<http://tw.knowledge.yahoo.com/question/question?qid=1205080407689>
- ※註三：嬌聯股份有限公司。擷取日期2013年10月12日，取自
http://www.ucc.com.tw/about_intro.php
- ※註四：寶僑家品。擷取日期2013年10月20日，取自
<http://www.pg taiwan.com.tw/Company/Taiwan.aspx>
- ※註五：金百利克拉克官網。擷取日期2013年10月20日，取自
http://www.kimberly-clark.com.tw/p_taiwan.htm
- ※註六：蘇菲官網。擷取日期2013年10月26日，取自
<http://www.sofy.com.tw/tampon/tampon.php>

◎研究問卷

一、研究問卷

您好，基於課程需要，針對蘇菲、好自在、靠得住三大衛生棉品牌進行研究，在此耽誤您幾分鐘時間來進行以下調查。本問卷僅提供研究之用，不對外公開，敬請安心！感謝您撥空填寫此問卷，您的回答將會是我們最寶貴的意見。◎

1. 您是使用下列哪一產品：☐蘇菲 ☐好自在 ☐靠得住 ☐無使用這三項產品

以下針對您選用的產品做回答 (若選“無使用這三項產品”則無需繼續回答)	滿意程度				
	5	4	3	2	1
2. 購買此衛生棉時，『品牌』的滿意度為何？					
3. 購買此衛生棉時，『包裝』的滿意度為何？					
4. 購買此衛生棉時，『舒適』的滿意度為何？					
5. 購買此衛生棉時，『價格』的滿意度為何？					
6. 購買衛生棉時，會固定使用同一牌子。					
7. 整體而言，您對此產品滿意度為何？					
8. 您認為有什麼地方需要改進或具體建議。					

～感謝您的作答～

報告結束~

。謝謝各位。

