

A Study of Persuasive Techniques of Sales --Example of Skin-Care Cosmetic Industry/Products

黃清豪、朱寶青

E-mail: 9511190@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

According to recent ITRI research, the global market for cosmetics is raising up to a \$202 billion (USD) industry. ITRI has predicted that this year it should raise to a NT\$ 650 hundred million market (PcHome News, 15 Feb 2006). Scholar (T. Brown, 2,004; P. Kotler, 2,003) pointed out, the marketing question is the rhetoric question, and the rhetoric research is a persuasive power. Research question this research is as follows, the sales personnel does affect under the factor in which, can affect the sales personnel to convince the skill? This research picks the questionnaire research method. The survey is done in the northern part of Taiwan. Up until 30th June 2006, we have released 436 questionnaires, 331 of them came back with responses. findings discovery ; 1) industrial environment- only market configuration and competitive conditions can significantly influence the persuading techniques ; 2) the proficiency and psychological state of a salesperson greatly affect the persuading techniques ; 3) the consumer type to the sales personnel's three kinds persuasive techniques off sales, all presents has reveals the influence and the forecast strength.

Keywords : Cosmetics Industry ; Sales Techniques ; Persuasive Techniques ; Research Method ; Consumer Type

Table of Contents

目錄 viii 圖目錄 x 表目錄 xi 第一章 緒論 第一節 研究動機 1 第二節 研究目的與問題 4 第三節 研究範圍與對象 5 第四節 研究流程 5 第五節 重要名詞解釋 7 第二章 文獻探討 第一節 化妝品產業概況 8 第二節 銷售人員 14 第三節 消費者類型 17 第四節 銷售與說服 21 第五節 產業環境、銷售人員、消費者類型與說服技巧的相關性 31 第三章 研究方法 第一節 研究架構 35 第二節 研究假設 36 第三節 問卷設計 39 第四節 調查執行方式及問卷發放與回收情形 43 第五節 資料分析方法 44 第四章 研究分析 第一節 信度和效度分析 47 第二節 描述性統計 48 第三節 產業環境對銷售人員的說服技巧之影響 52 第四節 銷售人員專業與心理對銷售人員的說服技巧之影響 56 第五節 不同的消費者類型與銷售人員的說服技巧之關係 61 第五章 結論與建議 第一節 研究發現與討論 65 第二節 研究建議 68 第三節 研究限制與未來研究方向 69

REFERENCES

- 一、中文部份 1. Pchome 新聞網 (2006, 2月15日)。品質超優 包裝精美 業績屢創新高 SKINFOOD成為國內韓妝市場領導品牌。取自 http://event.pchome.com.tw/adnews/adarticle.html?u_id=1454
2. 化妝品衛生管理條例 (2005/5/27)。
3. 王正善 編著 (2002)。說服心理與說服技巧。台北:國家出版社。
4. 王志剛、謝文雀 (1995)。消費者行為。台北:華泰。
5. 王琮賢 (2000)。影響銷售人員談判傾向之因素-實證研究。國立中正大學企業管理研究所士論文,嘉義縣。
6. 丘新華 (2002)。廣告訴求及產品類型對廣告效果影響之研究。義守大學管理科學研究所碩士論文,高雄縣。
7. 主計處 (2005/11/17)。國民所得統計及預測。台北:行政院。
8. 古川英夫 (2003)。銷售也有技巧。(張盈君譯)。台北:博誌文化。(原著出版年:2003年)
9. 江書婷 (2002)。不同服務業類型下,服務品質與關係品質關聯性之研究。東吳大學企業管理學系碩士論文,台北市。
10. 呂志峰 (2004)。銷售人員特性與關係品質之實證研究 - 以資訊服務業為例。國立交通大學經營管理研究所碩士論文,新竹市。
11. 何明純 (2002)。女性在網路上購買化妝保養品之行為研究。南華大學傳播管理學研究所碩士論文,嘉義縣。
12. 李希敏 (2006/3)。台灣化妝保養品產業進出口分析。工業技術研究院專題研究成果報告,已出版。
13. 吳盈蕾 (2004)。醫療行銷人員銷售技巧與工作績效關聯之研究。國立高雄第一科技大學行銷與流通管理研究所碩士論文,高雄市。
14. 吳明隆 (2003)。SPSS統計應用學習實務:問卷分析與應用統計。台北:知城數位科技。
15. 吳統雄 (1984)。電話調查:理論與方法。台北:聯經出版社。
16. 邱皓政 (2000)。量化研究與統計分析:SPSS 中文視窗版資料分析範例與解析。台北:五南圖書。
17. 林金雀、姚東興 (2005/1)。兩岸化妝保養品產業發展介紹。工業技術研究院專題研究成果報告,已出版。
18. 林財丁 (1984)。業務人員心理學 (新版)。台北:探索。
19. 周泰華、杜富燕 (1997)。零售管理。台北:華泰。
20. 哈佛商業評論 (第二期) (資訊傳真翻譯) (2001)。台北:資訊傳真。(原著出版年:2001/9年)
21. 紀佩宏 (1994)。女性化妝品通路零售端點選擇之研究。國立臺灣大學商學研究所碩士論文,台北市。
22. 洪偉章、李金枝、陳榮秀 (1998)。化妝品原料及功能。台北:藝軒。
23. 韋氏第三國際辭典 (1986)。Webster 's Third New International Dictionary。台北:書林。
24. 施存柔 (2002)。來源國形象、品牌定位、銷售通路對化妝品消費者態度之影響。國立政治大學國際貿易學系碩士論文,台北市。
25. 梁育立 (1988)。銷售人員談判權、協商策略及協商績效關係之研究。國立台灣科技大學工程技術研究所碩士論文,台北市。
26. 郭美子 (2004)。旅行社銷售人員能力分析之研究。南華大學旅遊事業管理學研究所碩士論文,嘉義縣。
27. 陳守仁 (1996)。百貨公司保養品購買動機類型與購買型態關係之研究。國立中興大學企業管理學

系碩士論文，台中市。28. 陳怡君（2002）。來源國與商店型態對消費者態度之影響 - 以化妝品為例。真理大學管理科學研究所碩士論文，台北縣。29. 陳訓平（2004）。視覺與聽覺網路廣告型態對消費者態度之研究。國立臺灣藝術大學多媒體動畫藝術研究所碩士論文，台北縣。30. 陳凌（2005）。說服傳播：過程和實踐。台北：五南。31. 曹明誠（2002）。便利商店之消費者類型與消費行為之研究。國立成功大學企業管理研究所碩士論文，台南市。32. 張嘉文（2001）。化妝品不同通路型態之消費者特性研究。淡江大學管理科學系碩士論文，台北縣。33. 陸玉蘭（1988）。消費者生活型態與促銷活動對於品牌忠誠度之影響-以台北市大專女學生彩妝化妝品消費者為例。東吳大學企業管理學系碩士論文，台北市。34. 菲利浦·科特勒（2003）。行銷管理學（第11版）。（方世榮譯）。台北：台灣東華書局股份有限公司。（原著出版年：2003年）35. 菲利浦·科特勒（2005）。這就是行銷 科特勒精要。（洪世民譯）。台北：日月文化。（原著出版年：2005年）36. 黃俊英（2005）。行銷學的世界（第3版）。台北：天下遠見。37. 黃榮鵬（2002）。電子商務對旅行業經營管理影響之研究。國立中山大學企業管理研究所博士論文，高雄市。38. 傅一勤、魏叔倫/編輯（1989）。牛津英文辭典。台北：旺文社。39. 游慧菁（2003）。網路水貨化妝保養品之消費者特性、態度及購買行為之關係。國立交通大學管理科學系所碩士論文，新竹市。40. 鄭聖亨（2002）。品牌權益對消費者偏好與資訊搜尋之影響 - 化妝水之個案研究。國立中興大學行銷學系碩士論文，台中市。41. 銷售找出自己的方法：我究竟適合哪種銷售方法。（2004）。北縣：動靜國際。（原著出版年：2004年）42. 蔡文嘉（2002）。自我概念、生活型態與品牌形象對消費者購買意願之影響--化妝品個案研究。國立中興大學行銷學系碩士論文，台中市。43. 戴書郎（1997）。以銷售人員的角度探索零售交易中的談判行為。國立中正大學企業管理研究所碩士論文，嘉義縣。44. 謝志森（2003）。應用灰色預測理論於台灣化妝品消費市場發展趨勢之預測。朝陽科技大學企業管理研究所碩士論文，台中縣。45. 鍾燕宜（2002）。銷售與拒絕情境下心理量表的發展與評量 - 以壽險業務員為例。國立交通大學經營管理研究所博士論文，新竹市。46. 關國宏（2004）。運用線性結構關係模式探討銷售人員特質、品牌權益、銷售行為、關係品質、顧客自發行為與銷售績效關係之影響 - 以台灣壽險業為例。國立東華大學企業管理學系碩士論文，花蓮縣。

二、英文部份

1. A. Parasuraman, Leonard L. Berry & Valarie A. Zeithaml, (1985). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing (JRL)*, Vol:67, Winter, 1991c, pp.420-450.
2. Busch, Paul and Wilson David T.(1976). An Experimental Analysis of salesman 's Expert and Referent Bases of Social Power in the Buyer-Seller Dyad. *Journal of marketing research*,13 (February), pp.3-11.
3. Darden,William R; Reynolds,Fred D.(1971). Shopping Orientations and Product Usage Rate. *Journal of Marketing Research*, (November 1971) Vol.8,pp.505-508.
4. Evans, Kenneth R. and Richard F. Beltramini. (1987). A Theoretical Model of Consumer Negotiated Pricing: An Orientation Perspective. *Journal of Marketing*, Vol.51 (April), pp.58-73.
5. Miller, R. B., & Heiman, S. E. (1987). *Conceptual selling*. New York: Bantam Books.
6. Plummer, J. T., (1974). The Concept and Application of Life-style Segmentation. *Journal of Marketing*, vol.38,.
7. Saxe , Robert and Barton A. Weitz.(1982). A Measure of the Costomer Orientation of Salespeople. *Journal of Marketing Research*, 19(August), pp.344-351.
8. Sujan, M., James, R. B., & Sujan, H. (1986). Effect of consumer expectations on information processing in selling encounters. *Journal of Marketing Research*, 23(12), pp.346-353.
9. Sujan, H.(1999). Optimism and Street-Smarts: Identifying and Improving Salesperson Intelligence. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, Vol. 19, No. 3 (Summer) pp.17-33.
10. Westbrook, R. (1981), Source of consumer satisfaction with retail outlets. *Journal of Retailing*, 57(3), pp.68-85.