

中華郵政股份有限公司 112 年職階人員甄試試題

職階／甄選類科【代碼】：營運職／郵儲業務甲【W1808-W1810】

第一節／專業科目(1)：管理個案分析及行銷管理

*入場通知書編號：

注意：①作答前先檢查答案卷，測驗入場通知書編號、座位標籤、應試科目是否相符，如有不同應立即請監試人員處理。使用非本人答案卷作答者，該節不予計分。
②本試卷為一張單面，非選擇題共 3 大題，請參考各題配分，共 100 分。
③非選擇題限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，並請依標題指示之題號於各題指定作答區內作答。
④請勿於答案卷書寫應考人姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。
⑤本項測驗僅得使用簡易型電子計算器（不具任何財務函數、工程函數、儲存程式、文數字編輯、內建程式、外接插卡、攝（錄）影音、資料傳輸、通訊或類似功能），且不得發出聲響。應考人如有下列情事扣該節成績 10 分，如再犯者該節不予計分。1.電子計算器發出聲響，經制止仍執意續犯者。2.將不符規定之電子計算器置於桌面或使用，經制止仍執意續犯者。
⑥答案卷務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

第一題：

走進任何服務場所或商店，曝露在你眼裡的企業作為都與消費者心理有密切相關。只要稍微觀察與思考，就知道許多企業其實都「別有用心」。例如很多企業都會以五感行銷（感官行銷）的手法來吸引消費者入店消費。請回答下列問題：

（一）何謂五感行銷（感官行銷），請列出哪五感並分別說明五感的內容為何？

【15 分】

（二）承第（一）小題，請舉一個服務場所或商店為例說明五感行銷（感官行銷）的實際應用。【15 分】

第二題：

賣方為了能有效接觸到目標顧客及順利將產品銷售出去，無所不用其極，採行各式各樣的行銷方式。光行銷方式就有百百種，如：感動行銷、體驗式行銷、客製化行銷、社群行銷、代言人行銷、病毒行銷、人員行銷、關鍵字行銷、置入性行銷、口碑行銷、數位行銷、精準行銷、部落格行銷、感官行銷、KOL 網紅行銷、飢餓行銷等等。請就上述列出的行銷方式回答下列問題：

（一）ONE BOY 近年來在服飾品牌中掀起一波波搶購熱潮，其廣告慣性邀請台、韓知名演藝人為其產品宣傳。邀請知名藝人協助品牌宣傳是上述中的哪項行銷方法？並請就該行銷方法簡要說明內涵。【6 分】

（二）Netflix 可以說是近幾年許多人的精神糧食，也成了平時朋友間的話題之一，Netflix 利用討論高的電影和影集去創造梗圖和話題，讓用戶對 Netflix 有良好的印象，覺得他不只是一個「串流影音平台」，而就像好友般，可以跟用戶聊電影、影集、生活，拉近彼此的距離。Netflix 是採用上述中哪項行銷方法？並請就該行銷方法簡要說明內涵。【6 分】

（三）韓劇《太陽的後裔》裡，男女主角的約會幾乎都在 Subway。從韓劇中觀察出，劇中男主角必喝紅蔘、約會必吃 Subway 等等，這種透過劇情潛移默化的將商品形象植入消費者腦海中，達到廣告主想要的宣傳效果。這類將產品與劇結合的狀況是採用上述中哪項行銷方法？並請就該行銷方法簡要說明內涵。【6 分】

（四）現代人習慣在購買商品前上 Google 搜尋一下，來獲取更多的資訊，以降低買錯或買貴的風險，如果我們是賣方，想讓消費者在搜尋時輸入訊息與我們產品的廣告資訊一致，可以採取何種行銷方式，以利消費者快速且精準的找到我們？並請就該行銷方法簡要說明內涵。【6 分】

（五）有些廠商會蓄意控管供貨量至市場需求以下，再搭配傳播媒體炒作話題，造成消費者深怕買不到心裡屬意的產品的緊張情緒，等到鋪墊了足夠的知名度，再開始正常供貨，例如：常見售罄、待補貨、目前缺貨中此類的名詞，此種情況是採用上述中哪項行銷方法？並請就該行銷方法簡要說明內涵。【6 分】

第三題：

某組織旗下事業部係以「產品（服務）」為焦點，即各事業部自行擔負研發、生產、銷售以及售後服務等該產品（服務）本身的所有價值活動，並以「利潤中心」(Profit Center)的方式獨立運作。該組織近來基於某些原因，進行公司改組(Reconfiguration)，將原本三個事業部的銷售部門合併，成為三個事業部的共用部門。

請問：

（一）此項組織改組的可能原因為何？請舉例說明之。【20 分】

（二）新的組織結構可以解決哪些經營與管理上的問題？又會產生或造成哪些隱憂？

【20 分】