

# 110學年度學術專題演講

## HOW TO DRIVE CUSTOMER REPURCHASE IN OMNICHANNEL RETAILING



國立清華大學

尹秦清 博士後研究員

2022/03/24(四) PM 15:30~16:00

6702 (弘業樓七樓)

### 演講概要：

本次演講特別邀請國立清華大學尹秦清博士後研究員，為我們帶來HOW TO DRIVE CUSTOMER REPURCHASE IN OMNICHANNEL RETAILING的學術專題演講。全通路 Omnichannel是指整合所有相關通路、行銷工具，為消費者提供無縫、輕鬆、流暢的消費體驗，是布局新零售時代策略趨勢，為品牌營運的重要策略，品牌藉由行銷內容、會員數據的融合，提供一致、無斷點的消費體驗，讓消費者不管是在官方網站、手機 APP，還是實體店面，都能享有同等的服務。與多通路不同的是，全通路藉由後台數據整合，串起線上線下打破數據孤島。多通路則維持數據鎖定於該通路內。而多通路行銷代表一個品牌有很多個銷售渠道，不論線上或線下，達到擴大觸及消費者的效果。企業在進行全通路的整合後，培養顧客跨通路消費，讓顧客在官網、APP、門市等不同通路消費，都能獲得一致的服務，並從中創造出顧客體驗(指顧客對品牌的具體經歷和感受，包含感官體驗、情感體驗、心靈體驗及精神體驗)，進而使顧客產生購買行為來滿足自身的慾望及需求，且在購買某商品或服務之後，在體驗過程中產生某種程度的滿意，最終引起顧客願意再度向原產品或服務提供者消費的意圖。

感謝國立清華大學尹秦清博士後研究員帶來如此精彩的學術演講，讓所有與會者瞭解How to Drive Customer Repurchase in Omnichannel Retailing的深入探討議題，也從中獲得許多相關的知識，此次的演講真的使所有參與者獲益良多。