

第五週自我評量

選定目標：目標市場選擇 (Targeting)

選擇題 8 題 (每題 5 分, 共 40 分) + 非選擇題 2 題 (每題 10 分, 共 20 分) = 總分 60 分

第 1 題 (5 分)

在 STP 框架中, Targeting (目標市場選擇) 的核心任務是?

- (A) 將市場按照人口統計變數進行分類
- (B) 從已區隔的市場中, 評估並選擇一個或多個區隔作為服務對象
- (C) 在目標客群心中建立獨特的品牌形象
- (D) 設計行銷組合 (4P) 來滿足所有客戶的需求

第 2 題 (5 分)

延續蛋糕比喻, STP 三步驟中的 Targeting 對應的動作是?

- (A) 烤蛋糕——創造新市場
- (B) 切蛋糕——把市場分成不同群體
- (C) 選蛋糕——決定要服務哪個群體
- (D) 吃蛋糕——在客戶心中建立印象

第 3 題 (5 分)

評估目標市場的四個指標中, 「這個區隔容易被明確區分嗎? 大小、購買力和特質可以被衡量嗎?」對應的是哪個指標?

- (A) 成長性 (Growth)
- (B) 穩定性 (Stability)
- (C) 可接近性 (Accessibility)
- (D) 可區別性 (Identifiability)

第 4 題 (5 分)

富誠評估五個市場區隔後, 「穩健退休族」的可接近性被評為「低」。最可能的原因是?

- (A) 退休族的人數太少, 市場規模不足
- (B) 退休族的理財需求不穩定, 容易隨景氣變化
- (C) 富誠是純數位平台, 退休族較需要面對面諮詢, 數位通路難以觸及
- (D) 退休族不願意投資, 沒有獲利潛力

第 5 題 (5 分)

在五種 Targeting 類型中，企業選擇「一種產品」搭配「一個市場」，把所有資源集中在這個組合上，這屬於？

- (A) 選擇性專精 (Selective Segment Specialization)
- (B) 產品專精 (Product Specialization)
- (C) 單一區隔集中 (Single Segment Concentration)
- (D) 全市場覆蓋 (Full Market Coverage)

第 6 題 (5 分)

富誠最終選擇的 Targeting 策略是「先市場專精，再選擇性專精」。下列對「市場專精」的描述，何者正確？

- (A) 用一種產品服務所有市場區隔
- (B) 選擇幾個不相關的產品 × 市場組合
- (C) 鎖定一個市場區隔，為他們提供多種產品
- (D) 以所有產品服務所有市場，填滿 $P \times M$ 矩陣

第 7 題 (5 分)

關於「聚焦策略」和「差異化策略」，下列敘述何者最正確？

- (A) 聚焦策略一定比差異化策略好，因為資源更集中
- (B) 差異化策略一定比聚焦策略好，因為風險更分散
- (C) 兩種策略沒有絕對的好壞，關鍵是資源與目標的匹配
- (D) 只有大公司才能用聚焦策略，小公司只能用差異化策略

第 8 題 (5 分)

金融業目標市場選擇有三個特殊考量。下列何者不屬於這三個提醒？

- (A) 某些金融產品有法定銷售對象限制，目標市場必須符合法規
- (B) 高風險商品不應賣給不懂風險的散戶，這不只是壞行銷，更是違法的
- (C) 金融客戶從首次接觸到首筆投資需要多次互動來建立信任
- (D) 金融業選擇目標市場時，應該優先選擇投資金額最高的客群

非選擇題

請根據本週課程內容作答，每題 10 分

第 9 題——簡答題 (10 分)

假設你是富誠 FinTech 的策略顧問，公司正在考慮將「穩健退休族」納入目標市場。請用目標市場評估四指標（可區別性、成長性、穩定性、可接近性），逐一分析這個區隔對富誠而言的吸引力，並說明你的結論：是否建議富誠在目前階段進入這個市場？為什麼？

第 10 題——案例分析題 (10 分)

以下是兩家金融科技公司的資料：

- **公司 A**：剛成立的 3 人新創，資金 500 萬，專長是 AI 信用評分技術
- **公司 B**：成立 5 年、員工 200 人，資金 5 億，產品涵蓋保險、基金、信用卡

請回答：

1. 公司 A 和公司 B 分別最適合採用五種 Targeting 類型中的哪一種？請說明理由。(6 分)
2. 如果公司 A 順利募得 2 億元的 A 輪資金，你會建議他們的 Targeting 策略如何調整？從哪種類型轉換到哪種類型？為什麼？(4 分)