

95年公共圖書館

行銷管理

人才培訓 研習手冊

藍海策略與行銷管理

感動行銷：行銷圖書館

主辦機關：國立台中圖書館

研習日期：95年9月6-7日

研習地點：國立台中圖書館二樓研習教室

95 年「公共圖書館行銷管理人才培訓」研習手冊

目次

研習課程表	1
研習課程	
藍海策略與行銷管理/林振成	3
台中市圖書館經營行銷經驗談/陳佳君	22
感動行銷-行銷圖書館/程湘如	24
講師資料	32
學員資料	35
工作人員名錄	37
座位表	38
附錄	
公共圖書館行銷管理人才培訓實施計畫	39
本館相關位置圖	41
本館出版品一覽表	42
參考資料	
圖書館經營	43
圖書館行銷及策略	48
顧客導向服務	54

研習課程表

日期	時間	課程內容	主講人或主持人
95 年 9 月 6 日 (三)	09:30~ 10:00	報到	輔導課：賴甫昌課長
	10:00~ 10:10	始業式	薛茂松館長 國立臺中圖書館
	10:10~ 12:10	一、藍海策略與行銷管理 I	主講人：林振成總經理 合振流通管理顧問有限公司總經理
		問題與討論 (Q and A)	
	12:10~ 13:20	午間用餐	輔導課：賴甫昌課長
	13:20~ 15:20	二、藍海策略與行銷管理 II	主講人：林振成總經理 合振流通管理顧問有限公司總經理
		問題與討論 (Q and A)	
	15:20~ 15:40	茶敘交誼	輔導課：賴甫昌課長
	15:40~ 17:40	三、藍海策略與行銷管理實務運用與討論	主講人：林振成總經理 合振流通管理顧問有限公司總經理
		問題與討論 (Q and A)	
18:00~ 19:00	晚餐	輔導課：賴甫昌課長	
19:30~ 20:30	四、台中市圖書館經營行銷經驗談	主講人：陳佳君課長 台中市文化局課長	
	問題與討論 (Q and A)		
20:30~	明天見 (夜宿通豪大飯店)		

研習課程表

日期	時間	課程內容	主講人或主持人
95 年 9 月 7 日 (四)	09:00~ 10:50	五、感動行銷－行銷圖書館 I	主講人：程湘如總監 碩石設計事業有限公司 創意總監
		問題與討論 (Q and A)	
	10:50~ 11:10	休息交誼	輔導課：賴甫昌課長
	11:10~ 12:10	六、感動行銷－行銷圖書館 II	主講人：程湘如總監 碩石設計事業有限公司 創意總監
		問題與討論 (Q and A)	
	12:10~ 13:30	午間用餐(參觀國立臺中圖書館)	輔導課：賴甫昌課長
	13:30~ 15:30	七、感動行銷－實務運用與討論	主講人：程湘如總監 碩石設計事業有限公司 創意總監
		問題與討論 (Q and A)	
	15:30~ 15:40	休息交誼	輔導課：賴甫昌課長
	15:40~ 16:10	八、綜合座談及結業式	主持人： 薛茂松館長 國立臺中圖書館 參與討論學者： 程湘如總監
16:10~	賦歸		

藍海策略與行銷管理

林振成總經理

合振流通管理顧問有限公司總經理



藍海策略與行銷管理

主講人：林振成

合振流通管理顧問有限公司

產業的核心競爭力發展與藍海策略的啟示

非營利事業經營的管理與挑戰

- 1、面臨環境變化建構大格局的視野
- 2、落實在地化與社區、鄉鎮市的建設性互動
- 3、任務功能的擴充需求的財源與管理系統
- 4、使命價值與目標顧客服務的市場區隔化
- 5、提供核心服務的公共關係與行銷管理
- 6、組織內部的效率、創新與溝通
- 7、人力資源的取得與組織運作管理的深化
- 8、存在價值奉獻與人員生涯成長動力的維繫

5

藍海策略的啟起源與業態模糊的時代背景

策略基本上是面對一個對手，為某個固定而又範圍有限的地盤而交戰。

但是，與戰爭不同的是，企業歷史向我們顯示，市場空間從來就不是固定的。

相反的，人類長久以來一直在不斷地創造藍色海洋。

因此，把全部心思放在紅色海洋，等於接受戰爭蘊含的限制因素：有限的地域，必須擊敗敵人才能成功。這也否認企業世界的獨特力量：創造沒有競爭對手的新市場空間的能力。

6

競爭策略

競爭地位		領導者	挑戰者	利基者	追隨者
競爭策略	目標	形象利潤佔有率	佔有率	管理	利潤
	策略	成本領導	差異化	集中	模仿
	競爭領域	理念使命	需求差異	市場集中	低價
市場策略	方針	多角化	市場開發	產品開發	市場滲透
	目標市場	全市場	選擇市場	焦點市場	低價市場
	目標產品	全產品線	領導者差異	特定需求	應變型

紅海與藍海策略的對比

紅海策略	藍海策略
在現有市場空間競爭	創造沒有競爭的市場空間
打敗競爭	把競爭變得毫無意義
利用現有需求	創造和掌握新的需求
採取價值與成本抵換	打破價值—成本抵換
整個組織的活動系統，配合它對差異化或低成本選擇的策略	整個組織的活動系統，配合同時追求差異化與低成本

8

藍海策略的基石：價值創新

陷於紅色海洋的公司只會延續傳統做法，亟於在現有企業領域裡建立可以自保的地位。

藍色海洋的創造者卻不把競爭當做標竿。相反的，他們遵循不同的策略理念，追求所謂的價值創新(value innovation)，這也是藍色海洋策略的基石。

我們稱為價值創新，因為這種策略不汲汲於打敗競爭對手，卻致力於為顧客和公司創造價值躍進，並因此開啟無人與之競爭的市場空間，把競爭變得無關緊要。

9

圖書館的核心服務與目標顧客的關係

經營使命(mission)

企業經營的目的與存在價值

思考方向：

1. 目標顧客
2. 提供核心服務/商品
3. 經營範疇

依存在價值選擇通路服務目標顧客與獲取供應商品或服務的利益



10

7-11經營使命(存在價值)

矢志成為最卓越之零售業者，以
提供生活上最便利之服務為宗
旨。並善盡良好社會公民之責任



11

掌握核心價值充分運用藍海策略的思維

原則一：改造市場疆界

- 途徑一：探討另類行業
- 途徑二：探討策略群組
- 途徑三：破解顧客鏈
- 途徑四：互補產品與服務
- 途徑五：理性訴求 vs. 感性訴求
- 途徑六：看見未來趨勢

原則二：聚焦願景，專注於大局而非數字

原則三：超越現有需求

要把藍海擴展到極限，不能只想到現有顧客，眼光要放遠，探索非顧客群。企業不能再專注於顧客的差異性，而是要基於顧客價值的強大共通性，這樣才能夠超越現有需求，開發出前所未有的廣大新顧客群。

原則四：策略次序要正確

- 步驟一：確定產品對採購者的功效(buyer utility)
- 步驟二：訂定適當的策略價位(strategic price)
- 步驟三：成本(cost)
- 步驟四：對付採用障礙(adoption hurdles)

原則五：是要設法克服「認知與慣性、資源有限、缺乏動機、政治問題」這四項重大組織障礙

原則六：則是要一開始就把執行與策略整合，建立各級員工的信任與使命感，達成自動合作

12

多角化經營與行銷的創意結構

13

商品行銷思考的構面

1、商品(MD)：

依據目標顧客產品商品化的規劃

- 商品化的附加價值思考
- 產品一般性商品化程序規劃

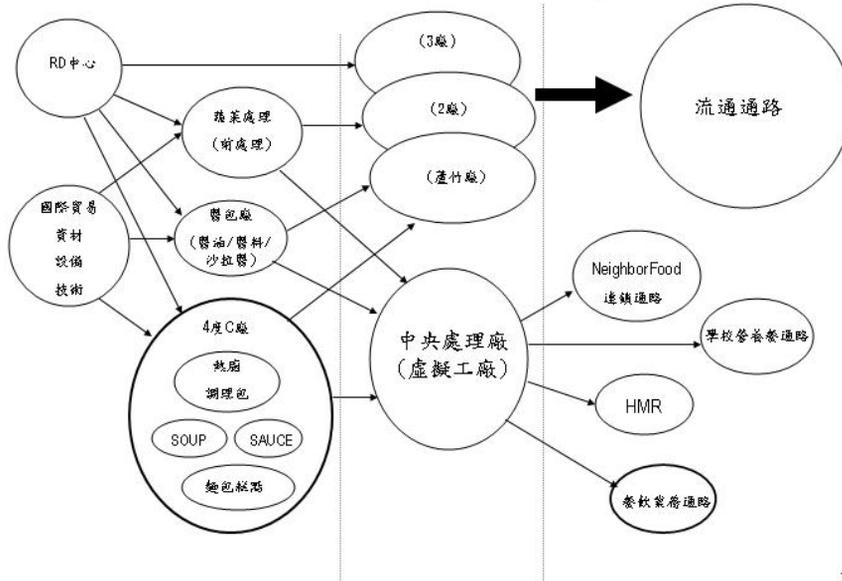
2、價格策略：分級商品化訴求的價格規劃

3、商品銷售通路的規劃與選擇

4、行銷計劃與販賣促進活動的規劃與執行

14

從核心服務衍生價值與藍海策略的關連性



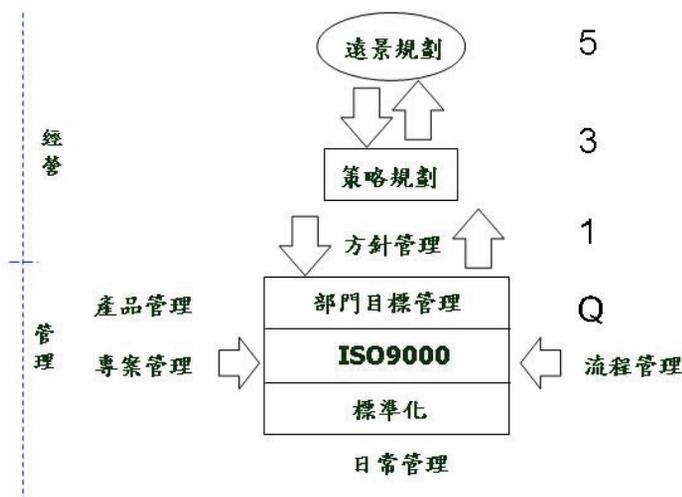
15

商品與服務經營規劃的系統

- 1、訴求何種目標顧客與其使用價值
- 2、目標顧客產品需求的篩選與代行者機能
- 3、包裝與商品表現
- 4、訴求主題與喚起購買意願的銷售話術
- 5、選擇銷售通路與陳列表現的基準
- 6、銷路與服務技巧的規劃與運作

16

企業經營規劃的整體架構

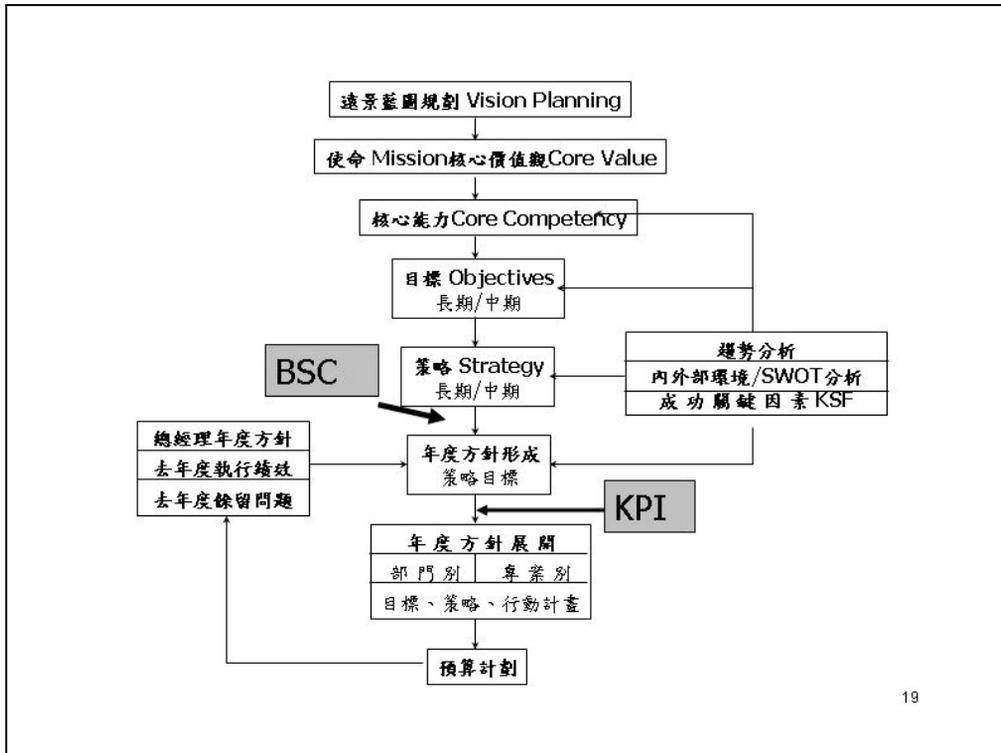


17

前瞻經營規劃

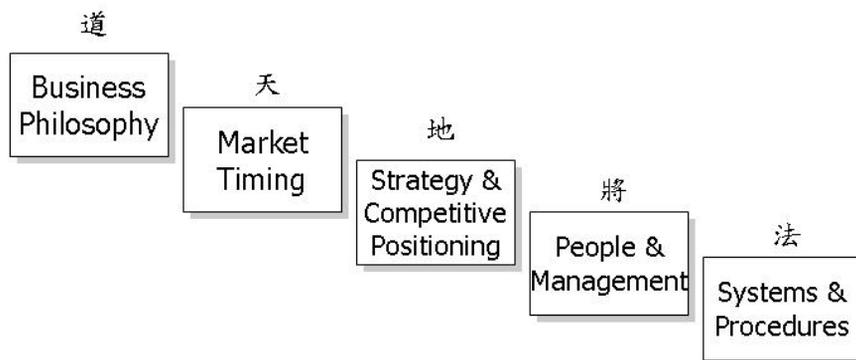
- 1、應要先找出經營的理念與願景
- 2、勾勒出發展藍圖與階段性目標
- 3、才能進而找出經營策略與方法
- 4、繼而讓每個策略以平衡計分卡的觀念訂出經營的3~5年策略目標
- 5、並建立關鍵績效指標KPI
- 6、根據目標找出具體工作與專案計畫並訂定員工工作所需的職能（competency）計畫
- 7、完成績效計畫，做為績效管理衡量的標準。

18



19

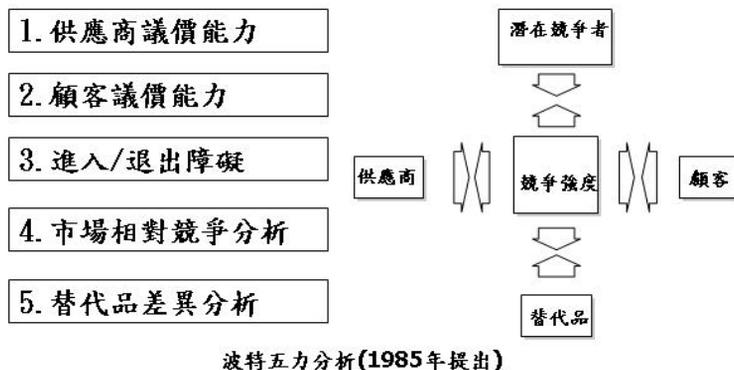
策略規劃的五項關鍵要素



20

產業結構分析

所謂的產業結構分析是：
決定產業競爭強度的結構分析，以五種競爭動力，共同決定產業競爭的特性及密集度。



SWOT

- 優勢與劣勢**
對於本身在競爭世界裏就擁有一些優勢的事業來說，是否能夠直接將相對於對手本身的優勢與劣勢，轉換到環境上，使其產生綜效，將是SWOT分析的重要課題。
- 機會與威脅**
機會(Opportunities)與威脅(Threats)來自總體環境與產業環境。而分析總體環境主要可以SLEPT (sleep的過去式) 來切入：
社會 (Society ; S)、法律 (Law ; L)、經濟 (Economy ; E)、政治 (Politic ; P)、科技 (Technology ; T)。

策略形成—SWOT 交叉分析

損益目標	要項	策略重點
	強 S 勢	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> 營收 增加 </div>
	機 O 會	
	弱 W 勢	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; display: inline-block;"> 降低 成本 </div>
	威 T 脅	

23

行銷活動規劃與執行重點

- 1.吸引目標顧客的AIDMS
- 2.告知服務及促銷商品之訊息
- 3.告知商品的分類
- 4.簡單說明商品特性
- 5.提供顧客最新情報
- 6.告知明確的價格
- 7.特賣告知
- 8.使店面活潑、賣場活性化



24

販賣計劃及促銷活動計劃

項目	月別	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
月別經營政策與方針													
促銷主題													
促銷活動期間 重要行事													
營運重點 管理工作事項													
月別 販賣 規範 類	販賣計畫												
	營業目標												
	毛利目標												
	重點商品 服務												

25

販促計劃書

販促計畫書 年 月 日 擬案者

主題： 期間 月 日至 月 日

目標（販促目的）

販促商品項目	供應商	成本	販促價	毛利率	採購量	預定銷量	實績

販促方式及預算編列 銷售應注意事項

賣場配置（layout）及商品陳列方法

預估營業額與實績比較

日期	預算營業額	實際營業額	問題點及解決對策
月 日			
月 日			

販促結果與處理事項：

26

流通服務業的藍海策略的案例 復興空廚

經營理念與營業方針

以專心、愛心、良心、用心、創新的五星級服務，提供新鮮安全與好吃餐飲與烘焙商品，給目標顧客於特殊活動、休閒與日常生活用餐或品嚐飲食樂趣時的餐飲服務。

以空中廚房的技術與品質的要求精神與態度設計多樣化的餐飲與糕點麵包使顧客享有美味與安心的餐飲服務。

27

復興空廚存在價值與品質策略

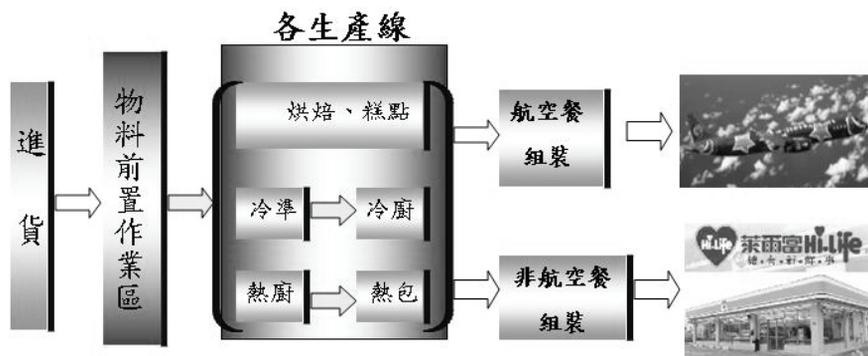
適時供應 衛生可口美食

管制過程 真誠服務顧客

全員參與 不斷改善品質

28

復興空廚多角化系統



29

目標顧客的描述與需求的探索

30

(案例) 服飾店目標顧客的特性描述

女性，35~50歲

體型變型的中年婦女

生活需要具流行品味的服飾

實穿材質的商品

精打細算，符合經濟效益

自信，自我主張較強

不喜歡和別人穿著類似的服飾



31

使命職掌表(示例)

名稱	服務人員	
使命	為身材變形女人的流行服飾雕塑師，讓顧客享有受到讚美的心理滿足	
	職 掌	比重
	1、商品流行資訊的收集與顧客需求解析	10
	2、商品引進與賣場陳列表現	20
	3、商品知識的取得與溝通說話術編成	10
	4、顧客動員與銷售促進的設計	20
	5、商品穿著演練與雕塑身材的技術建構	10
	6、銷售服務提供與技巧展現	10
	7、營業目標設定與達成狀況掌握	10
	8、銷售分析與因應對策	10

32

職掌分析表

職 掌	比 重	產 出	顧 客	顧 客 需 求	可 衡 量 指 標
1、商品流行資訊的收集與顧客需求解析	10	流行資訊提案說明 顧客需求整合表 銷售預算計畫	消費者 店長 店長		提案說明書回饋率 顧客需求整合完整率 銷售預算計畫完整率
2、商品引進與賣場陳列表現	20	商品進貨時程計畫 商品陳列與道具 商品陳列表現	商品部門 美工 店長		進貨時程計畫及時率 商品陳列計畫完整率 陳列表現作成及時率
3、商品知識的取得與溝通服務話術編成	10	商品銷售重點表 銷售話術	店長 消費者		銷售重點符合率 銷售預算計畫達成率
4顧客動員與銷售促進的設計	20	顧客動員時程表 銷售促進計畫 宣傳媒體計畫	店長 店長 美工		顧客動員達成率 銷售促進計畫執行率 顧客來店達成率
5、商品穿著演練與雕塑身材的技術建構	10	商品搭配計畫 配合顧客商品組合	店長 消費者		銷售預算計畫達成率 商品回轉率 商品成交率

33

KPI一覽表

重點管理項目	定 義	公 式	目 標 設 定		衡 量 類 型	資 料 來 源	提 供 者	負 責 人
			基 準	目 標				
提案說明書回饋率	提案符合顧客需求的比率	$\frac{\text{提案接受件數}}{\text{提案說明書件數}}$	75%	85%	月			
顧客需求整合完整率	整合資料依制式規格完整性		90%	95%	月			
銷售預算計畫完整率			96%	98%	月			
進貨時程計畫及時率			65%	75%	月			
商品陳列計畫完整率			80%	90%	月			
陳列表現作成及時率			98%	99%	月			

34

行銷組合的運作與顧客滿意系統的實踐 個案分析---深厚服飾

- 1、商品品質保證系統與落實執行
- 2、顧客持續與公司討論穿著的意見
- 3、與固定顧客規劃未來一年如何渡過行程
- 4、緊握目標顧客25,000人，提供在一年需服務或商品，讓每位顧客一年消費40,000元，公司的年營業額即可達到10億。
- 5、當顧客對公司產生信賴與期待，網路(空間破壞趨勢)就可能發生由服飾銷售業者有一天將按摩浴缸賣給顧客。

35

銷售技術與計劃的構成

- 1、年度營業目標分配
- 2、經營方針(設定目標顧客與特性掌握)
- 3、環境分析(尋求市場的有利機會點)
- 4、市場策略(原顧客維持與穩定成長策略、新客戶開發策略、客戶開發方法)
- 5、產品組合策略與商品結構分析
- 6、本年度營業目標達成之預估損益

36

WAL-MART

山姆·威頓之事業經營法則

- 1、全心全意經營，比別人更盡心盡力。
- 2、視同仁為夥伴，同仁亦會視你為夥伴。一起工作的績效會超出自己的想像。
- 3、每天想出新點子來激勵及挑戰你的夥伴。
- 4、凡事與夥伴溝通，他們知道愈多，愈能瞭解，就會愈關心。
- 5、同事對公司有貢獻，要親口感謝他們所做的事情。
- 6、成功時要大肆慶祝，失敗時不必喪志。
- 7、聆聽每個同仁意見，設法讓他們暢所欲言。
- 8、超越顧客的期望，顧客就會再度光臨。
- 9、控制成本低於競爭對手，這就是競爭優勢。
- 10、逆流而上，走不同的路。走同一條路選擇不同方向，找到利基。不斷想出新方法來執行這些簡單的法則，才是真正的挑戰。

台中市圖書館經營行銷經驗談

報告人：陳佳君

一、背景說明

空間改造、文化中心改制、主管角色

二、圖書館經營理念及具體作為

1. 多據點、廣結盟

- 文化局規劃、各區協助執行
- 跨局室資源整合：衛生局、稅捐處、民政局、教育單位（國中小）、北美洲台灣婦女會、永耕文教基金會、中華郵政、讀書會、八區圖書館、姐妹市贈書交換

2. My Library

- 貼近市民的生活：成立英語圖書區、書香福袋、情境閱讀、借書得來速、城市閱讀系列活動、定期書展
- 瞭解你的讀者

3. Library is for life

- 增加讀者的參與：我的圖書館徵文徵畫活動、好書導讀
- 一種獨立學習的能力

4. Book's coming, book's walking.

- 書是一種通貨，是通貨，就有流通的必要性。
- Every books his reader，Every reader its books.

三、城市閱讀的新想像

1. 增加閱讀人口、提升閱讀風氣
2. 鼓勵籌組讀書會，輔導永續經營發展
3. 推動社區閱讀，營造書香氛圍

4. 健全學習資源中心
5. 落實閱讀紮根
6. 建構閱讀平台

四、行銷作為經驗分享

1. 明確的圖書館經營理念與策略
2. 棄而不捨尋找可能資源：給個機會，廣結善緣
3. 全民參與、由下而上、創意永續
4. 拓展國際視野：前瞻的領導者

五、書香、願景、新台灣

葉子是大樹的名片，
書香是城市的表徵，
當閱讀經驗成為人們彼此問候而流轉時，
那會是~~

程湘如創意總監

頑石設計事業有限公司

感動行銷你的心

如何以創意凝聚強大磁場

所謂「生意」，就是生生不息的創意
所謂「創意」，就是開創有效的想法

A. 創意的突破與應用

一、改變自我 — 先從立場轉換開始

男人百分百中，男創意總監以身試法女性商品的啓示

1. 害怕改變，就是失去創造力的開始

2. 重覆自己 — 讓腦細胞漸漸萎縮

走同一個路線去特定之處、交友圈固定、常上同一家餐館、總是去相同的地方購物、只會穿套裝不敢隨意組合、長期使用同品牌化妝品、總是那買幾樣菜、總是嘮叨相同的事物、常不自覺說重覆的話、別人總是算準自己的喜好與作息……。

3. 人云亦云 — 喪失思考的盲從

跟別人一樣送孩子學各種才藝、主導孩子選擇科系的興趣、隨明星出沒的追星族、穿著流行制服，耳根輕易相信別人、搶購偶像劇中主角使用之商品……。

4. 改變角色 — 站在他人立場觀察才能突破困境

喜歡 Hello Kitty 商品的人通常缺乏安全感

喜歡貓、狗勝於喜歡人，通常內心較孤獨、不輕易表達感情

認為自己凡事都行的自大狂，通常自卑感最重

喜歡追求名牌者，通常野心勃勃但缺乏自信

喜歡做怪或語不驚人死不休者，通常內心矛盾兩極
 喜新厭舊的人，通常心思複雜，追星族令人難以捉摸
 以購物為樂的人，通常缺乏關懷，內心孤寂。

二、坐享其成造成研發萎縮的危機

1. 現在還以摹倣洋洋得意，就被判了行銷無期徒刑。

一窩蜂 = 一窩瘋

在葡式蛋塔、日式拉麵、泡沫紅茶店、199 吃到飽、綜合自助無限 Buffet、鋼管雞、涮涮鍋、電子雞、PDA、紅酒、麻辣火鍋等降溫後，預測 SPA、咖啡館、炸雞排、芒果刨冰、減肥瘦身、美容換膚、面膜、香精油、義大利麵、早午餐、午晚餐、健康花草茶、線上遊戲、線上購物、手機簡訊、公仔、負離子、東方懷舊風的生命週期。

2. 台灣處處籠罩沿襲他人陰影的理所當然心態

日本用語氾濫→ 物語、寫真、女優、有料、呂風、賞味期限、照燒、浦燒、洋菓子、油切、達人…等大搖大擺登堂入室，這是台灣還是日本？

新一窩瘋現象→ 膠原蛋白、玻尿酸、脈衝光、雷射、皮紋檢測、肉毒桿菌、竹炭、奈米、甜甜圈…

B. 創新思維的啓動

一、改變，是物境遷移下的物競天擇

1. 世代交替下的非變不可

(1) 世代的價值觀

■ 戰後嬰兒潮—1946~1964，41~59 歲

重視成就、地位、個人表現、積極進取、備寵子女
 這是來自西方社會的名詞，意指戰後工業化與商品化大力擴張的年代。戰後嬰兒潮參與了電腦與網路的開創及民歌運動、鄉土文學民主運動的先

驅，是二十世紀以來全球化過程的主要推手。

■ X 世代—25~36 歲

富想像力與創造力、重視平輩人際關係

■ Y 世代—6~24 歲

追求趣味性、互動性、重視個人親身經驗、需要加倍關懷

是電視與電腦灌溉成長的一群，喜新厭舊、三分鐘熱度、重外表、追星、敢秀、敢要求、不負責任正是他們的寫照。

(2) 尼特族現象開始蔓延

尼特族(NEET)是指 Not in Education or Training 的一群人，這個新興名詞最早出現在英國，是指結束義務教育後，既不升學也不工作，也不參加職業培訓的年輕人；日本政府去年九月公佈的「勞動經濟白皮書」則將它定義為學校畢業之後，既不做家事也不上學，也沒有工作意願的 15~34 歲未婚族群，台灣對這種流行當然不落人後。

(3) 最新的族群定義

月光族 — 錢到月底就花光的族群

吞世代 — 吸取資訊就像用吞的八年級生

飛特族 — 15~34 歲從事非全日、臨時性工作的族群

尼特族 — 15~34 歲不上學、不工作、不接受職訓的族群

歸巢族 — 大學畢業或已成年，卻回家讓父母養的族群

繭居族 — 在自家堡壘中上網、MSN、購物、接案，少與真實世界互動

阿魯族 — 源自 arubaito，賺外快的兼差族、接案族

2. 環境時空運轉的非變不可

(1) 時代推進下的物換星移

過去 → 追求成本、效率

現代 → 追求競爭、便利、創新、感動

(2) 速食化普遍後的生活變化

- 從小吃漢堡 → 憂米飯滯銷
- 隨手飲料族 → 身體機能失常
- 家中不開伙 → 外食成必然
- 從小用滑鼠 → 紙筆變古董
- 從小吃漢堡 → 筷子用不好
- 從小喝飲料 → 杯子不需要
- 家中不開伙 → 食器成精品

(3) 電腦科技普及後的新人際變化

- 手機 → 成爲生活作息的護身符
- MSN → 造成文字及表達能力失調
- E-mail → 讓郵票迅速與年輕世代隔絕
- 搜尋引擎 → 人際關係及現實生活虛擬化

(4) 生活便利後的社會現象

- 親臨採購 → 宅配到府
- 開店創業 → 自行架設網路商店
- 血拼百貨公司 → 電視購物下單
- 自製年夜飯 → 年菜外送、熟食宅配
- 在地特產 → 精緻禮品

二、改變，是永續經營的成功方程式

1. 中友百貨以主題洗手間再創新方向

- 東方冥想
- 秘密花園
- 綠野仙蹤
- 繽紛普普
- 璀璨洛可可
- 冷冽街頭
- 海底總動員
- 水晶迷情
- 酣醉 PUB
- 生活易開罐
- 宮廷巴洛克
- 尬一場籃球
- 童話城堡

2. 中興百貨永遠以創意識題吸引拜金女

3. 中華汽車 GLOBAL LANCER

以三階段彩繪車體活動，讓參與者反串成爲主角。

三、創造消費的行動力

1. 不斷地製造話題，是吸引消費者的強大磁場

- 瑞聯航空以一元機票獲得媒體免費宣傳，快速打響知名度
- 安泰人壽以工作機會提供 921 地震受災戶，贏得為善的好評
- 王品牛排以玫瑰花換一客牛排，為週年慶帶來排隊人潮
- SARS 事件，五星級飯店推出 50 元豪華便當及 999 元住宿優惠之應變措施
- 京兆尹以榮登最不環保的月餅禮盒，成功獲得媒體大篇幅報導
- 「曉玲，嫁給我吧」巨幅看板，為北銀彩券擴大買氣
- 「冒煙的車頂」，讓伏冒熱飲成為醒目的行動廣告

2. 與眾不同的獨創點子可以改變世界

● My Home Library

Anne Fine 范恩在 2001 年提出「我的家庭圖書館」計劃。

主軸以每個孩子需要擁有屬於自己的書，去建立人與書一生的親密關係，於是以「藏書票」作為主角，來激發小朋友閱讀的樂趣。任何人皆可從「我的家庭圖書館」網站上免費下載這些精美的藏書票。

www.myhomelibrary.org

● LV 附屬書店販賣生活文化

LV 書店開賣一週，業者以「驚訝」來形容，主要原因是藉 LV 的時尚高知名度，為書籍加持，且買書後可得到咖啡色的 LV Logo 手提袋，原本得花數千元至數萬元才獲得的 LV 袋子，現在只要買書即可擁有。

★ LV 紙袋在網站上拍賣價從 50 元到 100 多元不等。

四、唯有創新才有商機

1. 異業結盟的加法策略

- 美髮 + 鋼管秀 + 健身房的組合
- 美容院與電腦上網相擁

- SPA 與餐廳連理
- 玩具與茶葉套裝
- 冰品與飯店掛勾
- 咖啡與書店互動
- 服飾店與紫微命理結合
- 旅遊用品與沖印店結盟

圖書館 + ?

2. 主力商品的減法策略

- 黑、白服飾專賣店
- 有機食品專賣店
- 健康花草茶專賣
- 套裝旅遊一條龍
- 50 種貢糖主力店
- 養生休閒飯店
- 823 砲彈紀念品店
- 只賣麵線店

圖書館 - ?

3. 店面即是商品遊樂場的乘法策略

- B&Q 特力合樂—DIY 與現品各取所需
- 生活工場—跨越 Y 世代與嬰兒潮族群
- TOKYO HAND—DIY 與成品隨心所欲
- IKEA—涵蓋極大與極小的生活家飾品
- 桂林樂滿地休閒世界—3 歲~100 歲—網打盡

圖書館 × ?

4. 感官誘導的感性行銷環境

- 味覺的吸引力—咖啡香、芳香精油、花草香、奶香、花生香、芬多精…
- 視覺的吸引力—招牌、櫥窗佈置、店面設計、動態設計、商品包裝、商品陳列、銷售人員形象…
- 照明的吸引力—柔和的氣氛、劇場的神祕感、舞台的單光營造、多彩的熱情光點…
- 聽覺的吸引力—蟲鳴鳥語、海浪聲、鑼鼓聲、饒舌歌、管弦樂、聖樂、懷念老歌…

5. 品牌故事的魅力 — 以三和瓦廠為例

位在高雄縣高屏溪河岸的一間瓦廠，裡頭的主人有三個兒子，分別都娶了美麗的媳婦，本來是會和樂融融的一大家子，但美中不足的是，三個兒子個性相異，常常吵架，鬧得雞犬不寧，而且不知道為什麼遲遲沒有孫子的到來。

不久，瓦廠的主人病倒了，可悲的是，三個兒子爲了瓦廠的未來去留而大打出手，使瓦廠主人非常心痛。直到有一天，瓦廠主人作了一個夢，夢中他看到了一盞燈，那盞燈第一眼並不起眼，慢慢的，感覺四周越來越亮，也越來越溫暖，那種溫暖不是感覺所帶來的，而是連內心也漸漸被力量所填滿，就像那去世的老伴才能帶給他的快樂一般，才一個回神，瓦廠主人醒了，聽到窗外的吵鬧聲，心又沉了一半，於是他內心暗地下了個決定。

日子一天一天的過去了，瓦廠主人身體挨到了極限，留了一封遺書及僅有的瓦廠而撒手歸去了，三兄弟看到了遺書，迫不及待的打開來看，遺囑的內容就像尋寶圖一樣，想要得到寶藏就必須要三人合作，三兄弟就這樣一一解開父親的難題。最後找到一個古老的箱子，打開之後一股暖流及一道光線映入他們的眼簾，流入他們的內心，仔細一看，原來是三盞用瓦片所製成的桌燈，上面還有他們三人小時後童年稚氣的臉頰，他們這時才知道父親的用意，因此三個人抱在一起痛哭流涕，互相道歉，於是他們決定要好好的經營父親留給他們的瓦廠，不辜負父親的心願，後來將瓦廠更名為”三和瓦廠”，象徵三人合作，和樂融融。

現在，三家兄弟添了許多新成員，把當初那三盞帶來幸福的燈飾好好的傳遞給世人，期待讓世界更美好，更圓滿。

五、新奢華主義族群的興起

對抗微利→美學經濟將成爲新的出路

1. 情緒商品成爲生活大師

上班族以 LUSH 洗滌心靈

商品名從起床號、夜貓子、熱血沸騰、挑戰極限到好事多磨、肌膚之親、性感炸彈、搖頭玩、極盡挑逗之能事。

女性以香氛蠟燭穿越時空

標榜坐飛機來的相思李舍千元咖啡

2. 環境商品成爲變身享受

華陶窯—以一天 1,000 元的代價，享受 20 年主人耕耘的人文庭園

食養山房—以一餐 1,000 元進入禪意生活美學中

春秋烏來—以一天 20,000 元交換頂級私人渡假服務

圖書館如何成爲大家想去尋寶的地方呢？

在同質性商品充斥的現代社會，勇敢開闢一條反傳統的路徑，

端賴如何點燃創新之火，

其蔓延愈廣，則商品的市場推動力愈大

講師資料

一、林振成老師

學 歷 台北大學企業管理研究所
經 歷 美百福實業副總經理
大批發百貨公司營業部經理
配立得眼鏡連鎖營運部協理
中國生產力中心品質組群顧問師
合振流通管理顧問公司總經理

聯 絡 電 話 02-25216853；0932534850

E - m a i l lin6853@ms26.hinet.net

服 務 單 位 合振流通管理顧問公司

二、陳佳君老師

學 歷 台灣大學圖書資訊學碩士

經 歷 1.台北市立圖書館組員
2.國立台中圖書館幹事
3.國立空中大學面授講師、台中師範學院兼任講師
4.中廣公司空中圖書館講員
5.台中縣文化局圖書管理課、藝文推廣課課長
6.台中市文化局圖書資訊課長
7.中華民國圖書館學會公共圖書館委員會委員
(2006~2007)

聯 絡 電 話 04-23718651；0953-136883

E - m a i l Lib032@tccgc.gov.tw

服 務 單 位 台中市文化局課長

三、程湘如老師

學 歷 台灣師範大學美術研究所設計組畢

經 歷 現 任

碩石設計事業有限公司創意總監 / 創辦人

東方技術學院美工系專任助理教授

湖南商學院客座教授

外貿協會「全面提升產品形象」專案顧問

台灣創意設計中心「創意設計推動計畫」專案顧問

中華郵政郵票設計師

教育部技職司國際技能競賽設計類召集人

曾 任

國立臺灣藝術大學兼任講師 (1997~2003)

私立中原大學兼任講師 (1998~2000)

國立師大附中美術實驗班兼任講師(1999~2003)

台北市及台灣省高級職業學校設計科評鑑委員

中華平面設計協會理事長 (1996~1997) (2004~2006)

職訓局多元就業開發方案考核委員(2003~2005)

中國生產力中心顧問

第一屆國家設計獎諮詢委員

得 獎 獎 項 外貿協會文化風格獎(1990)

中華平面協會平面設計類年度金獎(1993、1994、1996、
1998、1999)

中華民國美術設計協會四項創作金獎(1995)

外貿協會國家平面設計獎(1995)

外貿協會國家設計獎(1997)

外貿協會國家包裝設計獎(1997)

突破雜誌行銷創意突破獎 5 項(1997)

中華民國視覺設計展創作金獎四座(1997)

突破雜誌行銷創意突破獎五座(1999)

2001 無錫國際工業設計節徽章設計首獎(2001)

經濟部商業司第一屆商業創意設計傑出獎(2004)

亞洲印刷設計銅獎—補服郵票(2005)

著 作 長松文化「放肆」作品集(2002)

湖南美術出版社「台灣中國風現代設計精粹」(2003)

圖解思考在創作設計之應用(2003)

服 務 單 位 碩石設計事業有限公司

聯 絡 電 話 (02)2779-0515 ; 0935-873-279

E - m a i l stony@stony-image.com

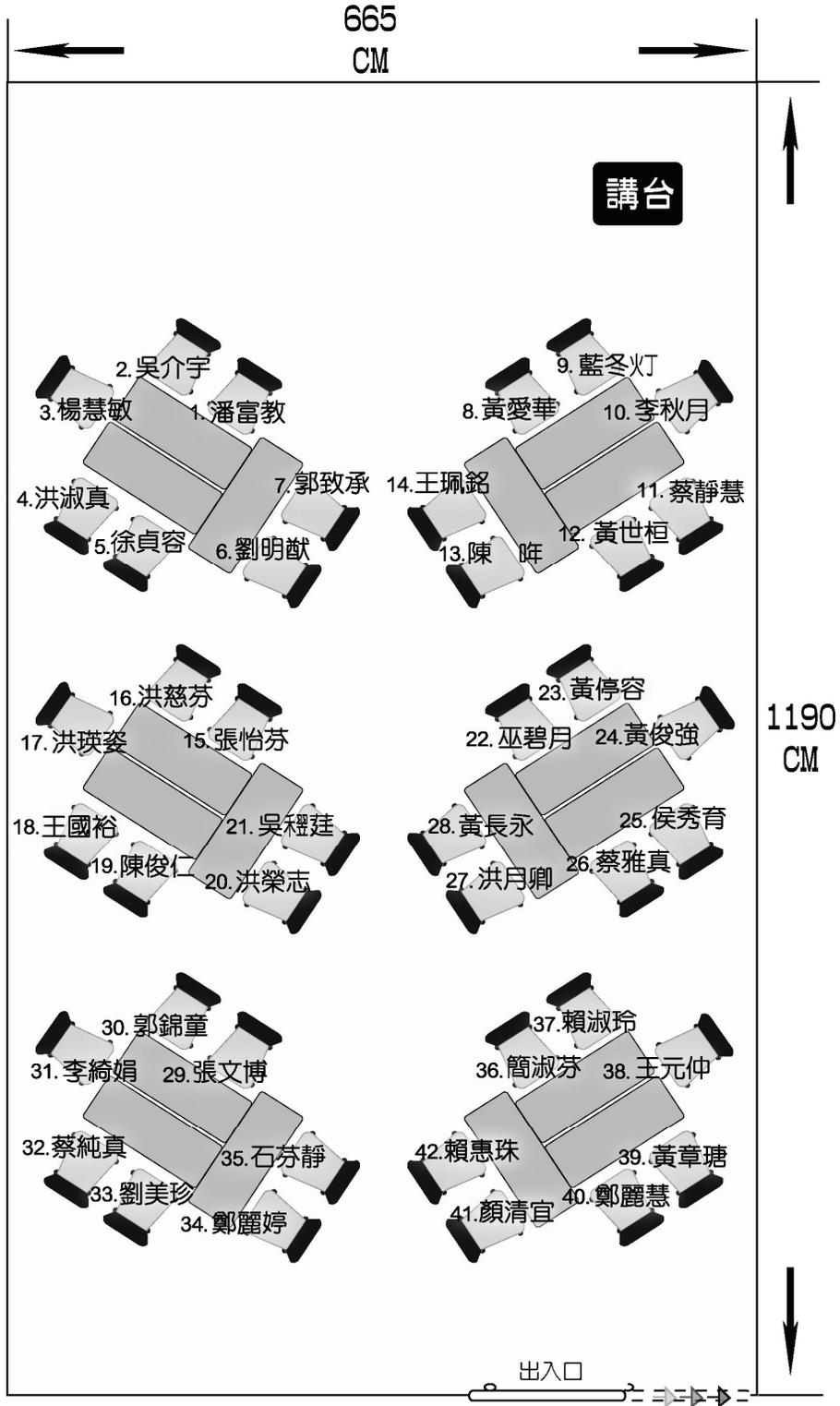
學員名錄

編號	姓名	性別	服務單位	職稱	電話	住宿
1	潘富教	男	台北縣立圖書館	支援教師	02-22534412#8622	Y
2	吳介宇	女	台北縣立圖書館	組長	02-22534412#8621	Y
3	楊慧敏	女	國立臺中圖書館	課員	04-22261105#762	N
4	洪淑真	女	嘉義縣政府文化局	課長	05-3620123#803	Y
5	徐貞容	女	嘉義縣政府文化局	課員	05-3620123#805	N
6	劉明猷	男	苗栗縣文化局	課員	037-352961#512	Y
7	郭致承	男	桃園縣政府文化局	課員	03-3322592#848	Y
8	黃愛華	女	嘉義市文化局	課員	05-2788225#610	N
9	藍冬竹	女	新竹市文化局	課員	03-5319756#233	Y
10	李秋月	女	國立臺中圖書館	書記	04-22261105#112	N
11	蔡靜慧	女	台中縣文化局	課長	04-26280166#600	Y
12	黃世桓	男	台中縣文化局	約聘	04-26280166#601	Y
13	陳哖	女	高雄市立圖書館	主任	07-5322912	Y
14	王珮銘	女	高雄市立圖書館	助理幹事	07-2112181#55	Y
15	張怡芬	女	南投縣政府文化局	課長	049-2221619#401	Y
16	洪慈芬	女	高雄縣政府文化局	課長	07-6262620#2501	Y
17	洪瑛姿	女	國立臺中圖書館	辦事員	04-22261105#251	N
18	王國裕	男	澎湖縣文化局	課長	06-9261141-151	Y
19	陳俊仁	男	宜蘭市立圖書館	館長	03-9355604	Y
20	洪榮志	男	台南市立圖書館	組長	06-2255146	Y
21	吳禾翌莖	女	南投縣政府文化局	編審	049-2221619#412	N
22	巫碧月	女	大安鄉公所	助理員	04-26713290	N
23	黃停容	女	埔里圖書館	助理員	049-2420401	Y
24	黃俊強	男	國立臺中圖書館	書記	04-22261105#512	N
25	侯秀育	女	彰化縣文化局	課長	04-7250057#330	Y
26	蔡雅真	女	彰化縣文化局	編審	04-7250057#112	Y
27	洪月卿	女	雲林縣政府文化局	約聘	05-5340919	N
28	黃長永	男	雲林縣政府文化局	課長	05-5340919	N

編號	姓名	性別	服務單位	職稱	電話	住宿
29	張文博	男	花蓮縣文化局	約聘	03-8227121#163	Y
30	郭錦童	男	台南縣政府文化局	書記	06-6324453	Y
31	李綺娟	女	國立臺中圖書館	課員	04-22261105#335	N
32	蔡純真	女	屏東縣政府文化局	課長	08-7385866	Y
33	劉美珍	女	花蓮縣文化局	課長	03-8227121#150	Y
34	石芬靜	女	台中市文化局	約聘	04-23727311#163	N
35	鄭麗婷	女	台中市文化局	課員	04-23727311#468	N
36	簡淑芬	女	宜蘭縣政府文化局	課長	03-9322440#200	Y
37	賴淑玲	女	台東縣政府文化局	約聘	089-353543	Y
38	王元仲	男	國立臺中圖書館	專員	04-22261105#933	N
39	黃章瑋	男	宜蘭縣政府文化局	課員	03-9322440#205	Y
40	鄭麗慧	女	連江縣文化局	課長	0836-22393108	Y
41	顏清宜	女	三灣鄉公所	村幹事	037-831001/225	N
42	賴惠珠	女	大甲鎮立圖書館	助理員	04-26870836	N

工作人員名錄

館	長	薛茂松
副	館長	劉水抱
秘書室	代主任	周均育
秘書室	課員	邱素英
會計室	主任	蔡月珠
會計室	課員	張薰云
輔導課	課長	賴甫昌
輔導課	輔導員	周孟香
輔導課	專員	林麗娜
輔導課	助輔員	劉俊
輔導課	助輔員	林秀滿
輔導課		陳淑珠
輔導課		林耿玄
文化志工隊		楊玉枝
文化志工隊		巫淑馨
文化志工隊		吳寶月
文化志工隊		李碧虹
文化志工隊		蔣清美



95「公共圖書館行銷管理人才培訓」實施計畫

一、依據

- (一) 行政院文化建設委員會 95 年度第 13 次業務會報主委裁示加強「全面性人才培育」事項辦理。
- (二) 本館 95 年度施政計畫辦理。

二、目的

- (一) 培養圖書館館員行銷規劃能力，強化公共圖書館服務功能。
- (二) 透過企業行銷理論及規劃能力訓練，導入運用在圖書館，再藉由實務操作與經驗分享，使館員體悟行銷企劃的重要性。
- (三) 增進館員利用策劃與行銷的知識與技能，使圖書館資源利用發揮最大效益。

三、辦理機關

- (一) 指導機關：行政院文化建設委員會
- (二) 主辦機關：國立台中圖書館
- (三) 協辦單位：台灣省圖書館事業文教基金會

四、研習人員（各縣市推派 1~2 人參加）

- (一) 北、高兩市圖書館業務主管及承辦人參加
- (二) 各縣市文化局（圖書館）業務主管及承辦人參加

五、研習時間：95 年 9 月 6、7 日（星期三、星期四）。

六、研習地點：國立台中圖書館二樓研習教室。

七、報名作業

- (一) 報名日期：即日起至 8 月 11 日止
- (二) 報名方式：
 1. 由本館統一登入公務人員終身學習入口網站 (<http://lifelonglearn.cpa.gov.tw>)，認證研習時數計 14 小時。
 2. 將於開課前以 e-mail 通知。

(三) 本案聯絡人：林秀滿小姐 (TEL：(04) 22261105-923；FAX：(04) 22232521；e-mail：p209@ntl.gov.tw)

八、經費

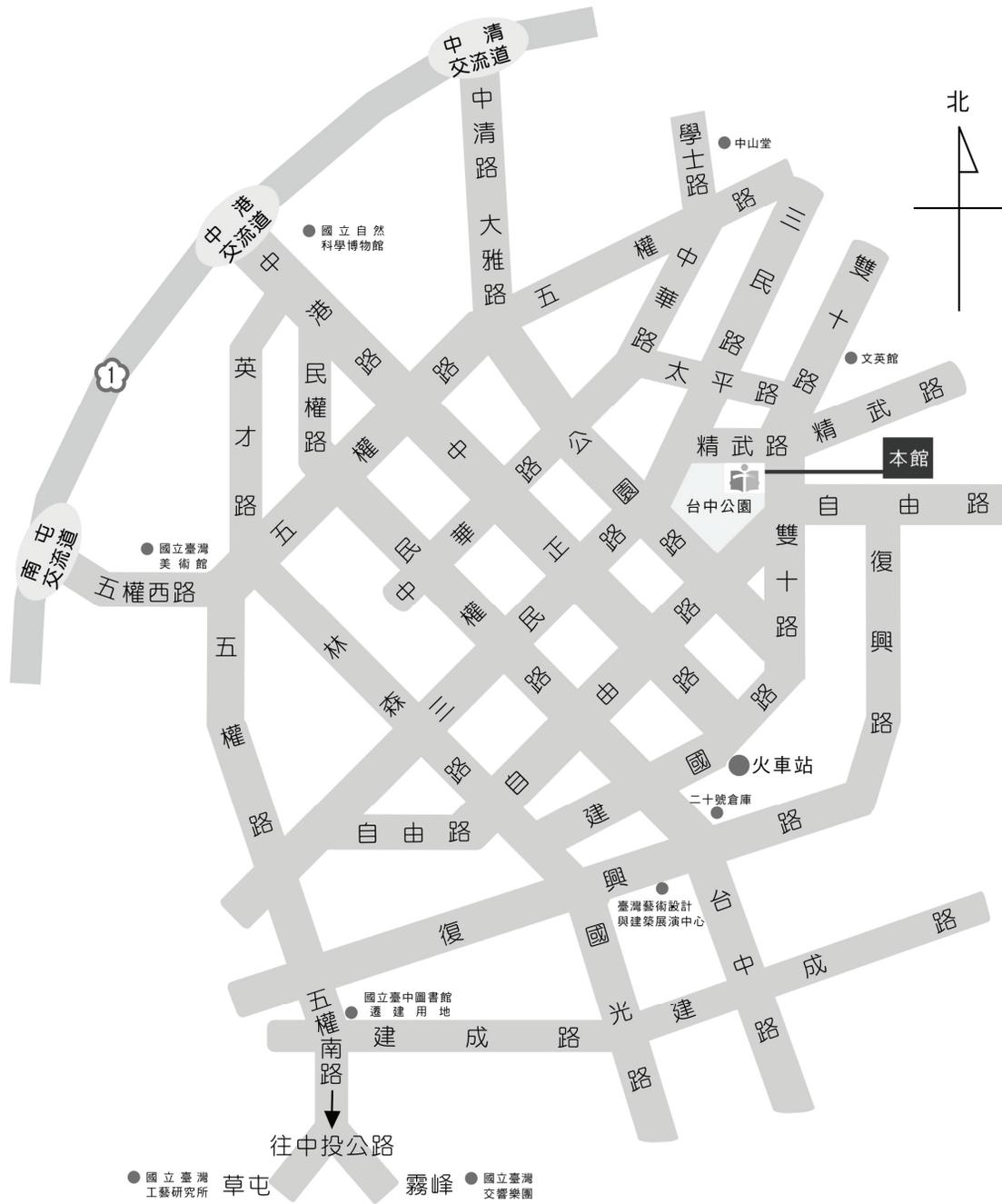
- (一) 由本館年度經費支出。
- (二) 台灣省圖書館事業文教基金會支援

九、其他

- (一) 參加學員請各服務機關給予公(差)假參加(主辦單位提供膳宿)。
- (二) 與會學員差旅費，請依規定向各服務單位報支。

十、本計畫如有未盡事宜，得依實際需要適時修正之。

本館相關位置圖



本館出版品一覽表

序號	書名	出版(創刊) 年月	定價	平裝/精裝
1	國立臺中圖書館讀者閱讀需求及閱讀型態調查研究	94.12	150	平裝(1張光碟片)
2	公共圖書館行銷經營	94.11	150	平裝
3	讀者需求及服務滿意度調查研究	93.12	120	平裝
4	讀書會經營運作	93.12	120	平裝
5	國立台中圖書館活動手冊(季刊)	93.12	贈	平裝
6	鄉鎮圖書館工作二十講	93.11	150	平裝
7	健康生活派	93.11	125	平裝
8	大地書情：公共圖書館的蛻變	92.6	400	平裝
9	書香遠傳	92.6	95	平裝
10	新時代公共圖書館視訊聯播活動	93.6	100	VCD
11	我家的另一間書房--閱讀新時代公共圖書館	93.5	250	DVD

◎劃撥戶名：有限責任國立台中圖書館員工消費合作社
劃撥帳號：22509361

圖書館經營

【圖書】

序號	書名	作者	出版者	發表年
1	臺灣圖書館經營史略	廖又生	臺灣分館	94
2	21世紀數位圖書館發展趨勢	胡歐蘭教授七秩榮慶籌備小組	文華	94
3	兒童圖書館經營管理與讀者服務	曾淑賢	文華	94
4	中華民國圖書館年鑑	國家圖書館	國家圖書館	94
5	圖書館法相關法規彙編	國家圖書館	國家圖書館	93
6	圖書館知識管理與服務策略推動委員會成果報告	臺灣大學	國家圖書館	93
7	王振鵠教授八秩榮慶論文集	王振鵠教授八秩榮慶籌備小組	臺灣學生	93
8	圖書館管理析論	程麟雅	文華	93
9	圖書館發展十大熱門話題—策略思考	吳建中	文華	93
10	圖書館進階管理經營實務暑期研習班手冊	中國圖書館學會	中國圖書館學會	93
11	數位時代下圖書館經營與著作權法	林培勳	政治大學	93
12	資訊組織規範整合之研究	林呈漢	國家圖書館	93
13	圖書館數位合作參考服務的理論與實務	莊健國	文華	93
14	認識及利用圖書館	黃麗純	復文	93
15	個人知識管理與圖書館多元服務研習手冊	中國圖書館學會	中國圖書館學會	93
16	中國圖書館學會 50 週年特刊	中國圖書館學會出版委員會	中國圖書館學會	92
17	中高階管理者組織經營研習班講義	中國圖書館學會	中國圖書館學會	92
18	圖書館組織心理研究—館員的認知觀點	陳書梅	文華	92

序號	書名	作者	出版者	發表年
19	藏書考：圖書館的誕生與沿革	萊諾.卡森	新新聞	92
20	價值創新經營實例	能力雜誌	中國生產力	92
21	組織變革對公共圖書館館員工作滿足之影響--以台灣省基隆市、新竹市、台中市、嘉義市、台南市公共圖書館館員為研究對象	畢秀芬	政治大學	92
22	數位時代大學媒體服務之研究—從圖書館與教學資源中心角色與關係探討	邱昭閔	政治大學	92
23	公共圖書館與博物館志工管理比較研究	何秀娟	政治大學	92
24	台中市公共圖書館設置書店之研究	林秋萍	臺灣師範大學	92
25	我國公共圖書館設立學童家庭作業指導中心可行性之探討	郭佳霖	臺灣大學	92
26	臺北市立圖書館人員教育訓練之研究	王冠智	臺灣大學	92
27	台灣鄉鎮圖書館營運模式之研究：以宜蘭縣為例	黃文玉	政治大學	92
28	圖書館目錄發展研究	張慧銖	文華	92
29	圖書館人物誌	中國圖書館學會出版委員會	中國圖書館學會	92
30	廿一世紀公共圖書館新論	吳建中、胡歐蘭	文華	91
31	公共圖書館經營管理國際研討會論文集	臺北市立圖書館	編者	91
32	數位時代圖書館經營管理研討會摘要集	逢甲大學	編者	91
33	高雄市立圖書館公共價值與策略規劃研究	陳英梅	中山大學	91
34	公共圖書館網路使用規範	陳蓉蓉	中興大學	91
35	知識經濟時代鄉鎮圖書館經營模式之研究	蘇忠	花蓮師範學院	91
36	會員制在圖書館之應用研究	游馨億	淡江大學	91
37	中美圖書館數位典藏管理與著作權法之比較研究	謝英彥	政治大學	91
38	我國公共圖書館參與社區總體營造理念研究	周惠蓮	輔仁大學	91
39	我國大學校院圖書館人力結構之研究	楊源仁	高雄師範大學	91

序號	書名	作者	出版者	發表年
40	圖書資訊學詞彙暨重要參考資料	李德竹	文華	91
41	圖書館使用實務編著	王梅玲等	空大	91
42	海峽兩岸圖書資訊相關國家標準之比較研究	李德竹	文華	90
43	資訊時代的圖書館	吳美美	師大書苑	90
44	圖書資訊學概論	賴鼎銘等	空大	90
45	圖書館學理論基礎	何光國	三民	90
46	電子期刊對大學圖書館組織結構及分工之影響	劉玫怡	中興大學	90
47	網際網路應用對大學圖書館組織文化之影響：以五所大學圖書館為例	黃麗虹	臺灣大學	90
48	台灣地區鄉鎮圖書館行政體制之研究	張惠真	政治大學	89
49	臺灣地區公共圖書館發展之研究 (1977-2000)	林淑婷	臺灣大學	88
50	出版品國際交換	李筱眉	文華	87
51	圖書館學暨資訊科學詞彙(第二版)	李德竹	文華	86
52	臺灣地區公共圖書館經營管理現況調查研究 (二) 縣(市)立文化中心暨圖書館	臺灣分館	編者	86
53	臺灣地區公共圖書館經營管理現況調查研究 (三) 鄉鎮(市)立圖書館	臺灣分館	編者	86
54	國際標準書號與出版品預行編目研究	李莉茜	文華	85
55	圖書館專業倫理	莊道明	文華	85
56	臺灣地區公共圖書館經營管理現況調查研究 (一) 省(市)立圖書館暨社會教育館設圖書室	臺灣分館	編者	85
57	中英圖書館事業比較研究	薛理桂	文華	84
58	中日韓三國圖書館法規選編	簡耀東	文華	83

【期刊】

序號	篇名	作者	期刊名稱	發表年月
1	兒童圖書館經營的理想與實際--新竹市私立華婉兒童圖書館的經驗分享	王郭章	臺北市立圖書館館訊	93. 12
2	知識管理在圖書館資源組織與信息服務中的應用	詹萌	圖書館工作與研究	93. 11
3	試探圖書館法的法律效果	宋建成	臺北市立圖書館館訊	93. 09
4	圖書館經營淺論	屈義華	圖書館論壇	92. 08
5	日本的圖書館經營理論	李農	圖書館理論與實踐	92. 08
6	對大學數位圖書館經營的思考	呂宗麟	東海大學圖書館館訊	92. 05
7	圖書館經營的讀者導向策略	張惠梅	圖書館雜誌	92. 05
8	談國家圖書館之經營	盧荷生	國家圖書館館刊	92. 04
9	ISO 品保認證與圖書館服務品質的提升--以國立臺中圖書館為例	程良雄	書苑	92. 04
10	從師院協助國小圖書館自動化經驗談國小圖書館經營--以臺中師院圖書資訊研究社為例	陳良輔	中師圖書館館訊	92. 03
11	醫院圖書館之蛻變：以中國醫藥學院附設醫院圖書館為例	鄭麗美	臺灣分館館刊	92. 03
12	圖書館營運基準及技術規範與圖書館經營	盧秀菊	中華民國圖書館年鑑	92. 03
13	圖書館經營策略規劃--成大圖書館經驗	羅思嘉	成功大學圖書館館刊	91. 10
14	淺論公共圖書館經營基礎法律關係	劉水抱	書苑	91. 10
15	行政程序法之公序良俗原則與圖書館經營	廖又生	書苑	91. 10
16	試論美國綜合貿易暨競爭法案對圖書館經營潛在的威脅與負面的影響--兼論著作權法上非營利侵權行為除罪化問題	廖又生	臺灣分館館刊	91. 09
17	演講實錄--曾華源教授談「非營利組織中國圖書館經營策略」	吳淑雲	東海大學圖書館館訊	91. 08

序號	篇名	作者	期刊名稱	發表年月
18	數字圖書館經營的產品策略	楊遠芬	圖書館學研究	91. 07
19	從圖書館經營的觀點論著作權仲介團體之職能	廖又生	佛教圖書館館訊	91. 06
20	視障圖書館經營與著作權法	林盈潔	國立臺灣師範大學圖書館通訊	91. 04
21	圖書館經營管理的課題	薛冬哥 徐彥玲	圖書情報工作	91. 02
22	「圖書館經營實務研習班」心得報告	賀新持	東海大學圖書館館訊	90. 11
23	高中圖書館的利用與推廣教育--以完全中學圖書館經營談實務推廣	杜瑞通	百齡高中學報	90. 11
24	概述顧客關係管理之兩大核心及在圖書館之應用	陳虹君	美國資訊科學與技術學會臺北學生分會會訊	90. 11
25	兒童圖書館的經營與管理--以臺中市政府文化局兒童室為例	周均育	書苑	90. 10
26	兒童閱讀與圖書館經營	陳欣希	書苑	90. 10
27	參加「圖書館經營實務研習班」紀要	邱韻鈴	清華圖書館館訊	90. 09
28	淺釋如何提升高中圖書館之經營效能--以基隆高中圖書館經營管理所得經驗與啟示為例	唐吉祥 李昌諧	翠崗學報	90. 07
29	從行政救濟角度論公共圖書館經營	林文睿	教育部圖書館事業委員會會訊	90. 06
30	圖書館法與公共圖書館經營	宋建成	書藝	90. 06
31	網絡環境對圖書館經營成本與收益的影響	朱珍	圖書館雜誌	90. 06
32	電子圖書館經營論	李農	情報雜誌	90. 05
33	近年來改制前專科學校圖書館發展現況	林慶弧	修平人文社會學報	90. 03
34	從行政救濟角度論公共圖書館經營	林文睿	全國新書資訊月刊	90. 02
35	服務戰略--圖書館經營管理的核心戰略	李桂華	圖書情報工作	89. 12
36	兒童圖書館經營問題探討	曾淑賢	書苑	89. 07

圖書館行銷及策略

【圖書】

序號	書名	作者	出版者	發表年
1	感動服務	田中司朗	中國生產力中心	95
2	藍海策略臺灣版：15 個開創新市場的成功故事	朱博湧等作	天下遠見	95
3	藍海策略：開創無人競爭的全新市場	金偉燦 (W. Chan Kim), 莫伯尼 (Renee Mauborgne) 合著	天下遠見	94
4	行銷管理：策略、個案與應用	范惟翔	揚智文化	94
5	服務業的行銷妙招	武杰	德威國際	94
6	非營利事業行銷策略	楊東震	新文京開發	94
7	贏在行銷	黃文博	我識	94
8	搞什麼行銷?-152 個商戰關鍵報告	劉燁	大都會	94
9	解放創意的定位革命	葉正綱	御書房	94
10	誰偷了我的顧客	哈維·湯普	晨星出版社	94
11	換上顧客的腦袋	比爾史汀奈	麥格羅希爾	94
12	圖書館發展十大熱門話題：策略思考	吳建中主編	文華圖書館管理	93
13	eDM 發送技術與行銷策略	賈正忠	數位人資訊	93
14	數位時代下圖書館經營與著作權法	林培勳	政治大學	93
15	圖書館服務品質對使用者滿意度與再使用意願之研究：以大葉大學為例	陳美文	大葉大學	93
16	圖書館統計標準與電子圖書館服務使用評量	林呈漢	國家圖書館	93
17	藝術數位圖書館推廣利用之研究—以國立臺灣藝術大學圖書館為例	曾聖峰	政治大學	92
18	圖書館服務品質評估模式之研究：以軍事院校圖書館為例	蘇瑤華	義守大學	92

序號	書名	作者	出版者	發表年
19	服務品質管理	林燈燦	品度	92
20	行銷組合、品牌權益與顧客終身價值間關係之研究	廖俊昭	大同大學	92
21	顧客慾望價值變化對顧客使用行動加值服務的影響之探討	陳敏良	大葉大學	92
22	探索台灣地區企業界服務顧客滿意度整合分析研究執行之問題	沈益宏	大葉大學	92
23	高中職圖書館行銷研習班研習手冊	中國圖書館學會	中國圖書館學會	92
24	台中縣沙鹿鎮立深波圖書館讀者滿意度調查研究	袁哲瑜	臺灣師範大學	92
25	圖書館品牌經營策略之研究-以臺北市立圖書館為例	莊馥瑄	臺灣大學	91
26	創新與習慣領域關係之研究	王能平	交通大學	91
27	進修教育資源搜尋網經營模式之研究	劉建成	大葉大學	91
28	以顧客使用和滿意度的觀點探討傳統圖書館與電子圖書館服務比較之實證研究--以東海大學圖書館為例	林瑞玉	東海大學	91
29	如何行銷博物館：推廣博物館，美術館和展覽的概念與方法	雪倫·狄肯曼	五觀藝術	91
30	讀者對國立臺灣師範大學圖書館行銷滿意度之調查研究	郭美蘭	師範大學	91
31	電子時代大學圖書館經營中著作權合理使用之研究	余昕翰	輔仁大學	91
32	大學生對大學圖書館辦理展覽活動需求之研究—以國立臺灣師範大學為例	林始昭	師範大學	91
33	圖書館網際網路服務品質滿意度之研究--以某大學圖書館為實證研究	江秀愛	南華大學	90
34	圖書館經營相關著作權問題研究--從圖書館經營者之角度出發	余惠如	東吳大學	90

序號	書名	作者	出版者	發表年
35	網路電子書企業之核心資源與經營策略之研究	林美惠	南華大學	90
36	顧客服務品質再探討	楊朝堂	大同大學	90
37	桃園縣鄉鎮縣轄市立圖書館邁向電子圖書館經營管理之研究	李啟明	元智大學	89
38	公共圖書館績效評估之研究--以臺北市立圖書館為例	王珮玲	臺灣大學	88
39	臺灣地區博物館附設圖書館經營研究	陳穎儀	政治大學	88
40	從行銷理念探討輔仁大學人文科學圖書館參考資訊服務	李惠卿	輔仁大學	87

【期刊】

序號	篇名	作者	期刊名稱	發表年月
1	行銷在圖書館管理及服務作業上運用的探討	徐嘉僑	臺灣圖書館管理季刊	95. 04
2	從企業管理的角度探討圖書館的經營管理	黃俊英	臺灣圖書館管理季刊	94. 01
3	臺灣地區民眾資訊需求之比較	黃國正、黃玫溱	中國圖書館學會會報	93. 12
4	建立兒童圖書館之服務品質	陳光榮、劉菊梅	品質月刊	93. 09
5	圖書館與檔案館行銷之比較	黃慧娟	檔案與微縮	93. 06
6	圖書館行銷	黃碧珠	中國圖書館學會會訊	92. 12
7	以顧客為導向的圖書館行銷	莊道明	教育部圖書館事業委員會會訊	92. 12
8	圖書館行銷	謝淑亞	中國圖書館學會會訊	92. 09
9	論讀者需求	陳冠年	大學圖書館	92. 09
10	公共圖書館行銷觀念之辨	陳冠年	中國圖書館學會會報	92. 06
11	圖書館行銷	卞鳳奎	中國圖書館學會會訊	92. 06
12	座落在山海間的圖書館行銷策略：以臺東縣政府文化局圖書館為例	林永發	中國圖書館學會會訊	92. 03
13	知識經濟時代下的圖書館行銷	陳光榮、洪慧書	臺灣分館館刊	91. 09
14	資料探助於圖書館行銷及顧客關係管理之應用	顏嘉惠	圖書與資訊學刊	91. 08
15	圖書館行銷	孟文莉	中國圖書館學會會訊	91. 06
16	二十一世紀行銷服務的新趨勢--以圖書館為例	陳光榮、呂慈恩	臺灣分館館刊	91. 06

序號	篇名	作者	期刊名稱	發表年月
17	送書到家--國立中央圖書館臺灣分館辦理「送書到浩然敬老院」活動簡介	曾添福	中國圖書館學會會訊	91.03
18	由行銷觀點談圖書館服務品質之提昇	陳光榮、劉鈺貞	臺灣分館館刊	91.03
19	淺論圖書館利用教育(Library Tour)在圖書館行銷(Library Marketing)中的應用	陳勝雄	東海大學圖書館館訊	91.01
20	從企業社會責任觀點談圖書館行銷	陳光榮、呂慈恩	臺灣分館館刊	90.12
21	大學圖書館服務品質管理	王梅玲	中國圖書館學會會報	90.12
22	由圖書館行銷理論應用談推動學校閱讀指導	莊慧貞	北縣教育	90.06
23	淺談創新時代的圖書館行銷	陳微麗	臺灣大學醫學院圖書分館館訊	90.03
24	從非營利機構行銷觀點談圖書館行銷	林素甘	臺北市立圖書館館訊	89.06
25	論非語言交際手段對圖書館服務品質的影響	陳瑛	江西圖書館學刊(漢學)	89.03
26	大學生看圖書館行銷	梁伶君	國立成功大學圖書館館刊	88.10
27	結合社區資源提升公共圖書館服務品質	呂春嬌	臺灣分館館刊	88.09
28	圖書館應加強行銷策略之應用	陳光榮 杜陳文隆	臺灣分館館刊	88.06
29	讀者資訊尋求行為與以讀者為中心的圖書館行銷	辜曼蓉	書府	88.06
30	從洛杉磯圖書館之行談圖書館服務品質之提升	林淑芳、陳月麗	臺灣分館館刊	87.12
31	行銷圖書館與資訊服務	謝寶煖	圖書與資訊學刊	87.11
32	圖書館服務品質的提升	方玉惠	臺灣分館館刊	87.03
33	圖書館行銷管理模式	郭麗玲	圖書館學與資訊科學	86.10
34	淺談大學圖書館的行銷工作	史久莉	圖書館管理學報	86.06

序號	篇 名	作 者	期 刊 名 稱	發表年月
35	提升圖書館服務品質之策略性作法--系統的觀點	王居卿	圖書館管理學報	86. 06
36	二十一世紀大學圖書館:行銷服務時代的來臨	林珊如	大學圖書館	86. 01
37	淺談大學圖書館行銷應用上的一些問題	梁伶君	成功大學圖書館通訊	86. 01

顧客導向服務

【圖書】

序號	書名	作者	出版者	發表年
1	彰化市立圖書館服務品質滿意度之研究	王贊華	東海大學	94
2	顧客滿意、顧客忠誠與顧客保留之關係：一個實證上的檢視	陳雅鈴	臺灣海洋大學	93
3	顧客滿意模式建構之研究	林佳儀	政治大學	92
4	顧客抱怨處理與顧客忠誠度之關聯性研究：決策樹分析之應用	龔繩治	臺北大學	92
5	顧客導向的行銷企劃：顧客滿意六階段基本功法	飯塚藤雄	博誌文化	92
6	組織變革對公共圖書館館員工作滿足之影響--以台灣省基隆市、新竹市、台中市、嘉義市、台南市公共圖書館館員為研究對象	畢秀芬	政治大學	92
7	顧客服務中心對於企業經營績效影響之研究	黃貞琇	大葉大學	92
8	顧客關係管理於市場行銷之應用	王建智	中原大學	92
9	顧客服務最佳行銷方法	Rick Crandall	臉譜	92
10	顧客服務管理：CRM 實戰理論與實務	張力元等	華泰	92
11	深耕顧客心：12種套牢顧客的創意秘訣	布萊恩	培生	92
12	顧客認知價值與網路忠誠度關係之研究-以網路書店為例	翁湧金	大葉大學	91
13	顧客服務品質再探討	楊朝堂	大同大學	91
14	顧客滿意新商品企劃：講師手冊	吳明達	經濟部技術處	91
15	顧客滿意度評量系統性偏誤之研究	王宜玄	中國文化大學	91
16	顧客滿意活動之推行與決策	簡德金	交通大學	91
17	顧客滿意與客情維繫（有聲書 2CD）	王琳	清涼音	91
18	顧客服務創新價值：如何做好服務品質	楊錦洲	中衛發展中心	90
19	顧客滿意提升計畫市場調查成果	中國生產力中心	經濟部商業司	90
20	客訴處理零缺點謀略輯	華泰	華泰	90

【期刊】

序號	篇 名	作 者	期 刊 名 稱	發表年月
1	圖書館顧客關係管理與資料探勘	楊錦潭、陳玫志、邱魏津、朱永芳	國家圖書館館刊	94. 06
2	企業顧客滿意度調查及滿意度問題改善方法	黃清標	品質月刊	94. 04
3	顧客滿意度調查新趨勢	李昆林	管理雜誌	94. 01
4	專業 VS 顧客滿意	尤欣欣	直銷世紀	93. 11
5	30 而立新志業--到非營利組織當家	30 雜誌編輯組	30 雜誌	93. 11
6	顧客滿意與信任對忠誠度影響之研究	張淑青	管理學報	93. 10
7	提昇競爭力：再造服務新契機--顧客導向服務至上	董珮真	國際投資	93. 10
8	非營利組織顧客滿意度之實證研究--以國立臺中自然科學博物館為例	黃勇富等	品質月刊	93. 08
9	顧客滿意管理	柯榮吉	臺電核能月刊	93. 08
10	問題導向學習導入客服人員訓練加強客訴問題解決能力--以 104 人力銀行客服人員訓練為例	陳陽梧	就業安全	93. 07
11	顧客滿意與營運績效之連結	劉明德	企業管理學報	93. 06
12	P-C-P 顧客滿意度調查設計模式研究	蕭濱鎮	粉末冶金會刊	93. 05
13	顧客抱怨的危機處理	蔣艷蓉	美食天下	93. 03
14	經營效益倍增的「顧客服務行銷」!	傅安國	突破雜誌	93. 03
15	我的主管也不是專業科系出身，到底有什麼了不起呢? --過來人真心話：范希平（亞都麗緻大飯店顧客服務部協理）	王曉晴	Cheers	92. 12
16	互動行銷技術對顧客服務再工程之影響	黃思明 耿慶瑞	電子商務研究	92. 12
17	九十一年檔案顧客服務績效評估	林巧敏	檔案季刊	92. 12
18	如何策劃顧客滿意的行銷服務及執行	林偉凱	彰銀資料	92. 12
19	青年志工中心服務品質模式與顧客滿意之驗證	劉明德	非營利組織管理學刊	92. 12
20	發動顧客滿意的革命	Taylor, Andy	世界經理文摘	92. 11

序號	篇名	作者	期刊名稱	發表年月
21	智慧型顧客關係管理顧客滿意度衡量	陳孝悌	臺肥月刊	92. 11
22	顧客關係管理掌握全面顧客滿意	宋晁宇	能力雜誌	92. 10
23	顧客滿意方案的陷阱	世界經理文摘 編輯組	世界經理文摘	92. 09
24	美國顧客滿意與標竿學習--兼論我國地方政府滿意度比較分析	翁興利 劉祥得	中國行政評論	92. 09
25	全面顧客滿意經營	黃廷彬	能力雜誌	92. 07
26	以全面品質為根本以顧客滿意為依歸	陳文隆	品質月刊	92. 07
27	企業要緊抓顧客滿意!	石滋宜	兩岸雙贏	92. 06
28	服務缺失、顧客歸因與補救回復措施之顧客滿意度模式	張重昭 韓維中 張心馨	企業管理學報	92. 06
29	檔案專線諮詢服務顧客滿意度分析	陳士伯	檔案季刊	92. 06
30	非營利組織顧客滿意之研究--以臺北市立美術館為例	楊東震 羅珣瑜	非營利組織管理學刊	92. 05
31	非營利組織之顧客滿意評量模式建立程序	劉明德 方之光 王士峰	非營利組織管理學刊	92. 05
32	體驗是顧客滿意的原動力	范碧珍	突破雜誌	92. 04
33	組織公民行為與顧客滿意關係之研究	謝庭華	文大商管學報	92. 04
34	服務環境下服務品質、服務價值、顧客滿意及顧客忠誠度關係之研究	廖森貴 蔡妙幸	臺北科技大學學報	92. 03
35	顧客滿意戰略對圖書館建設的啟示	李華婷	情報雜誌(漢學)	92. 03
36	4 個行動，提供最佳顧客服務	黃世友	Cheers	92. 05
37	淺談顧客滿意服務與抱怨處理	魏勝彥	今日合庫	91. 12
38	建構顧客導向服務文化的觀念與作法	江行全、陳啟光	研考雙月刊	91. 10
39	從實際案例談顧客服務--不可忽視的二次行銷	蔣凱宣	網路資訊	91. 10
40	顧客第一--達成顧客滿意	劉奕鐘	臺肥月刊	91. 09
41	挑戰與試煉--我經營臺北市立圖書館的經驗	鄭吉男	臺北市立圖書館館訊	91. 09

傑出的成就

一定源自傑出的**準備**工作

感動行銷 從心做起

指導機關

文建會
Council for Cultural Affairs

主辦機關

國中國
NATIONAL TEACHING LIBRARY