

就顧客而言，戴爾已將顧客加以區隔，而能提供不同的附加價值給不同的消費者。戴爾為大顧客設定並組裝電腦，同時提供協助。它會依據顧客的要求，載入標準化的軟體並在機器上黏貼資產標籤。對於部分顧客，戴爾會有人員進駐其公司以協助電腦的採購與服務。「虛擬整合(virtual integration)背後的概念是，讓你比採用其他的商業模式，更快、並更有效率地滿足顧客的需要」。此外，戴爾同時得以有效地回應改變。透過與顧客的相處與追隨科技的腳步，戴爾嘗試走在改變之前，甚至創造與塑造改變。

研讀完個案內容後，請回答下列問題：

- 1.說明文中所提到接單生產(BTO)之意義？（20分）
- 2.你認為 Dell 電腦提供何種顧客價值？（20分）
- 3.資訊科技如何提昇供應鏈中的顧客價值？（20分）

試題二〈40分〉

下列為國內二家大型零售商的重要行銷策略：

家樂福：天天都便宜

屈臣氏：買貴退二倍差價

- 1.請評論二家零售商行銷策略之異同點。（20分）
- 2.組織要有那些作為才能支援其行銷策略？（10分）
- 3.組織可能會面臨那些挑戰？（10分）