

以系統分析的眼光看問題；

以電子情書為例：

男女主角以生意人的模式，展現出現實與理想的兩種模型，兩人都是追求自我心靈的滿足，電子郵件是兩人溝通的工具，以「電子情書」一片來開場，讓電影不但可以銷售到影片劇情，連帶商業效果也一起銷售給大眾。傳統觀念已經不能再讓新聞只是新聞、電影只是電影或者廣告只是廣告，取而代之的是變相整合，這種手法需要的資金不高，但達到的效果卻驚為天人，而這就是置入性行銷，也就是電子情書中運用的手法。因為郵件的往返，磨合了兩人的衝突。也就是說，兩人在現實的一面，是生意上競爭敵手，雙方打得你死我活，但現實的另一面，電子郵件卻是兩人觀念與心靈上溝通唯一管道。看劇中從凱薩琳經營的小書店，到大書店的老闆喬福斯的行銷模式，可以看到商業發展的趨勢，就像我們小時候的雜貨店和現在的大賣場，時代的變遷，我相信這是生活方式的改變，以及人們的需求多元化不可擋的一個部份，其中有一段喬福斯運用讚美的手段讓店員很樂意為凱薩琳刷卡。在為凱薩琳解圍的過程中，我見識了他高竿的談判手段，這招在業務上很管用的值得學習。

凱薩琳與喬，最後是在一起，這是很美的結局。但令我印象最深刻不是這圓滿的結局，而是凱薩琳對（街角童話）這家店的堅持，她不以營業為目的，只是很單純想賣些好的書，提供給小朋友們一個可以聽故事的地方，凱薩琳在失去愛情和面臨書店將關門的同時，我以為她會難過失去前者，結果她的表現讓我大為讚賞，記得書店關門的前一天，她一個人在一樣的夜晚，一樣要打烊，但不一樣的是，這一晚是她要結束街角童話的一天，也等於結束了她的夢想。這給了我很大的深思，一家小小的書店之所以能吸引人，不是來自於它的低價格，而是這家店的主人，她用什麼樣的心態來經營，給顧客什麼樣的感受，如果我是她的客人，我也一定會先喜歡她，再喜歡上這一家店，因為她就是這家店最好的資產。年代久遠古老小書店與大型國際連鎖書店的競爭下，可以發現這部電影裡說到的事物真的很多，商業模式優劣的改變與實際得失與維持，但不全是大型連鎖有品牌就可以發展的比較好，小店有品味長久的小店，小而美，小而精，富有人情味，有特別特色的書店也是能創造出一翻天。