**消費者行為分析方法與案例**

**2018/10/18開課**

想要精準行銷，就要先看懂消費者的行為。學會使用正確的工具，探索消費者的需要，藉以定調產品屬性，傳遞消費者最想要的資訊，再提供即時到位的服務，在消費者心中塑造產品的「品牌擬人化特徵」，於最深處置入「品牌人格形象」，就可以有效打破產品與消費者之間的價格藩籬，創造一個小藍海區隔市場。

別再讓消費者感嘆「其實你不懂我的心」，瞭解消費者真正的需求，是產品經理、產品研發、行銷與業務主管都必須擁有的關鍵能力，學會了、做對了，才能精準定調產品屬性，建立「讀你千遍也不厭倦」的分析機制，讓有限的行銷預算發揮更大的效益，為行銷溝通策略錨定正確的方向。

學習效益

* + 使用正確的分析工具，掌握消費者行為與需求的分析理論與方法。
	+ 探討數位經濟時代的消費者行為案例，發展行銷應用與策略。

課程內容

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **主題** | **大 綱** | **時數** |
| 消費者行為分析法 | * 消費需求的分析架構
* 認識消費者的行為內涵
* 理解與運用：消費者調查工具

― 社交大數據、生活日誌、人物誌、情境思考法、階梯探索* 消費需求分析方法應用

― 設定區隔、經營品牌* 數位經濟時代的消費案例解析
* 數位經濟時代的行銷應用與策略
 | 6小時 |

講師

姜漢儀，MIC資深產業分析師兼組長

時間地點

時間：2018/10/18 (四) 9:30～16:30

地點：資策會產業情報研究所（MIC）研習教室（台北市敦化南路二段216號9樓，近基隆路口）

課程費用

課程定價新臺幣4,600元，10/11前完成報名享早鳥優惠價4,200元，或使用 **1** 張電子禮券(單堂3550元起) (線上購買： <https://mic.iii.org.tw/Institute/eCoupon/Default.aspx>)。

線上報名

資策會MIC產業顧問學院 (<https://mic.iii.org.tw/institute/course/recent_ins.aspx?sqno=2042>)

或洽課程專責蔡小姐，電話：02-2735-6070 #1335 institute@micmail.iii.org.tw

更多課程資訊，請參考資策會MIC產業顧問學院網站<http://mic.iii.org.tw/institute/>