

消費者行為分析方法與案例

2019/5/21 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	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 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 <ul style="list-style-type: none"> — 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 <ul style="list-style-type: none"> — 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

12 年產業研究資歷，專業於數位生活形態與創新商業模式等研究。擅長消費者行為與需求分析、市場調查方法、使用者經驗洞察、設計思考等主題。產業顧問學院專任講師，國立台北大學社會學碩士。

時間地點

時間：2019/5/21 (二) 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，5/13 前完成報名享早鳥優惠價 4,200 元，或使用 1 張電子禮券扣抵全額課程費用 (選購網址：<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=2164)

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/>