

7. 分析消費者行為

任課教師：

課前猜猜看

攝影師Peter Menzel造訪24國、30個家庭，
拍下他們**一周的食物**且計算**金額**！



德國、美國、義大利、日本、墨西哥、
埃及、中國、瓜地馬拉、不丹等家庭，
習慣吃什麼？誰花最多？誰花最少？

大綱

- ✘ 前言：消費習慣大不同
- ✘ 消費者市場的意義與特色
- ✘ 消費者購買決策
- ✘ 影響消費者購買行為的個人背景
- ✘ 影響消費者購買行為的個人心理因素
- ✘ 影響消費者購買行為的社會文化因素



前言：消費習慣大不同

上述跨國家庭中，有些幾乎很少買真食材，取而代之的是**包裝好的精緻食品**、**加工過的飲料**，如汽水、微波料理包、罐裝醬料、麥當勞、巧克力、零食。

有些家庭很明顯買的都是**真食材**，如蔬菜、水果、肉類。



VS



一、消費者市場的意義與特色

- ✘ 根據購買者特性與購買目的，市場分為：
 - 消費者市場(consumer market)
 - 由個人與家庭組成
 - 為了個人或家庭消費，無營利動機
 - 組織市場(organization market)
 - 由工廠、零售商、政府單位等機構組成
 - 為了加工、營利或組織營運

二、消費者購買決策

問題察覺

資訊蒐集

方案評估

購買

購後行為

✘ 消費者購

○ 問題察覺

- 實際情
- 以上落

內在刺激：與

例：口渴

外在刺激：產

例：同學

舒酸定
全球最多牙醫推薦敏感牙膏

**買舒酸定
免費請你吃冰**

讓你大口吃冰
不怕牙敏感酸痛!

即日起凡購買舒酸定全系列產品(含強化琺瑯質牙膏)任2支(淨重110g以上規格)，將發票影本寄回「台北市11576南港區忠孝東路六段278巷5弄2號1樓舒酸定活動小組收」，附上姓名、電話、地址，即可獲得 Häagen-Dazs 迷你杯100ml兌換券乙張，5,000份冰淇淋送完為止。

活動諮詢專線: 02-2789-1615

一張發票限兌換一張Haagen-Daze 迷你杯100ml兌換券

我、渴、難過)

話等

三、影響購買的個人背景因素

年齡、性別、經濟能力、職業、生活型態等



四、影響購買的個人心理因素

✦ 動機(motivation)

存錢



你的優先順序
是什麼？

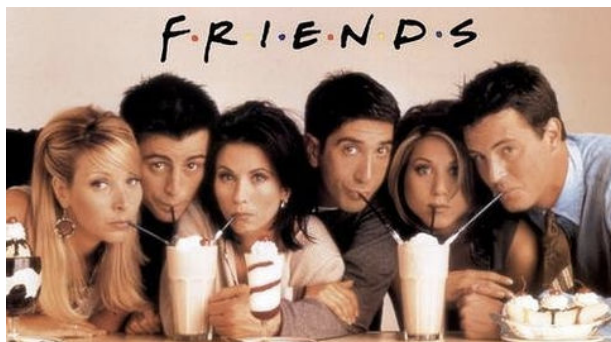
跑車



吃飽



F.R.I.E.N.D.S



義工



五、影響購買的社會文化因素

✦ 文化、次文化

○ 文化(culture)

- 一個區域或社群所共同享有的價值觀念、道德規範、文字語言、風俗習慣、生活方式等
- 例：節慶（農曆新年、中秋、中元、端午）如何影響購買行為？

○ 次文化(subculture)

- 屬於特定群體的特殊文化
- 例：青少年、越野車隊、外籍勞工與新娘