

8. 分析組織購買行為

任課教師：

課前猜猜看

猜：這是什麼產品的廣告？有何訴求？

Good tools. Good work.
Opel Commercial Vehicles.



OPEL商用車，
強而有力。

You're determined to deliver a good job, so you have to be sure of your tools. Like the Opel commercial vehicles. Purpose built, rugged and reliable, and available in a wide range of shapes weights and sizes. Always the right tool for the job in hand.

大綱

- ✘ 前言：小巫見大巫
- ✘ 組織市場的類別
- ✘ 組織市場的特色
- ✘ 組織的購買決策
- ✘ 影響組織購買的因素



前言：小巫見大巫

✦ 我們的消費額，在組織市場中是小零頭

2012年長榮航空訂購了10架空中巴士A321，每架約15億台幣。



一架A321客機可以買幾輛Camry？

1500輛！



一、組織市場的類別

✘ 四大類



工業市場：製造商

加工製造

原料/零組件

主要購買者	購買目的	主要購買項目
製造商	加工製造	原料/零組件

購買



裝配、製造



二、組織市場的特色

從三個角度說明組織市場的特色：

- ✘ 市場的需求特色
- ✘ 購買者特色
- ✘ 購買行為特色

三、組織的購買決策

✦ 購買決策中的角色

○ 購買中心(buying center)

- 由「所有參與購買決策過程的人」所組成
- 並非正式組織，只是一種「集合」

○ 購買中心包含：

- 發起人、影響者、決策者、同意者、購買者、使用者、把關者



四、影響組織購買的因素

四大類因素影響組織購買行為（從「需求察覺」到「供應商績效評估」）：

- ✘ 環境因素
- ✘ 組織因素
- ✘ 人際因素
- ✘ 個人因素



以下舉例說明～～