

問答題 每題 20%

一、品牌個性的五大構面及特質？

解答

1. 粗獷(ruggedness): 戶外的、強壯的。
2. 教養(sophistication): 高尚的、迷人的。
3. 能力(competence): 可信賴的、聰明的、成功的。
4. 刺激(excitement): 勇敢的、活潑的、有創造力的、新潮的。
5. 真誠(sincerity): 純樸的、誠實的、有益的、愉悅的。

二、請說明提升顧客終身價值(customer lifetime value, CLV)的四個步驟:

解答

1. 確認顧客: 界定顧客, 如現有顧客、潛在顧客等。
2. 區隔顧客: 對顧客進行區隔, 如 A 級顧客或 B 級顧客。
3. 互動: 針對下同區隔的顧客進行不同程度的互動。
4. 客製化: 不同程度的互動轉化為量身訂做的服務。

三、請說明購買決策中的七個過程？

解答

1. 購買需要確認
2. 資訊蒐集
3. 各項購買方案評估
4. 進行購買
5. 產品使用/服務體驗
6. 產品使用或服務體驗後評估
7. 產品或服務處置

四、何謂三需求理論(three-needs theory)?

解答

1. 成就需求(need for achievement): 個人企圖去超越他人, 獲得優越感與成就感, 重視獲得的各項回報, 但不限於金錢:
2. 權力需求(need for power): 促使他人去做其原本未想去做或順從自己的事, 對他人具有影響的能力:
3. 歸屬感需求(need for affiliation): 對友善及親密的人際關係的需求, 特別在意他人對自己的觀感, 不喜歡處於一種競爭或不和諧的狀態。

五、請說明認知失調理論(theory of cognitive dissonance)?

解答

認知失調理論指人們在認知、態度與行為上的不一致, 會想辦法改善這種不一致以消除「失調」的感覺, 通常會藉由改變行為或態度來減少因失調產生的負面感覺。