

問答題每題 20%

一、何謂消費者的人格呢?通常人格包含哪些屬性呢?

人格(Personality)是個體心理傾向與特徵的整體結構,影響著個體的認知、行為乃至情緒表現。人格是多面向的,包含了內隱和外顯的表現,具備持久性、穩定性且獨特性,通常非經過重大事件很難改變。一般來說,消費者行為被認為是消費者的人格與環境交互作用的結果。

整體來說,消費者的人格被認為有以下屬性:

1. 整體性
2. 穩定性
3. 獨特性
4. 動機性
5. 適應性
6. 生理性
7. 社會性

二、請問何謂消費者的態度?通常態度包含哪些功能?試評析之。

答:態度是個體對於人事物的綜合評價。個體對於環境中的客體通常會形成不同面向的信念,當個體整合了這些信念他會產生一個較為

持久而穩定的看法,這就是態度。

廣義來說,個體的態度不僅僅是發生在對品牌或產品上,個體對於不同的人事物常常會形成一個態度,用以發揮以下功能:

1. 工具性功能:這類型的態度功能通常與個體成長歷程中基本獎懲原則相關,個體在成長歷程中知道某些態度會得到獎賞,因而表達這個態度,反之亦然。
2. 自我防衛功能:這類型的態度功能是用以自我保護。個體透過表達態度來避免自己受到傷害或損失。
3. 價值表達功能:這類型的態度功能是用以表達個體對人事物的評價,以表達個人價值觀或認同某種社會價值觀。
4. 知識功能:這類型的態度是消費者統整對特定對象的資訊或信念後,產生對此特定對象的了解或認知結構。
5. 社會適應功能:這類型的態度是消費者用以建立、維持和促進社會關係,例如透過參與團體活動或是穿著統一服飾來表達歸屬感。

三、請問消費者決策流程有哪五個步驟呢?請說明各個步驟的重點。

答:消費者購買決策大抵可分為五大步驟:

1. 問題確認:問題確認階段的關鍵是需要或想要。消費者首先會意識到自己有特定的消費需要,這個需要可能來自於某些個人的動機或價值觀,或者是來自於外部的刺激。
2. 資訊蒐集:資訊蒐集階段的關鍵是想做出對的決定。在問題確認之後,消費者會針對問題進行資訊的蒐集,以確保自己的最終消費決策的正確性。
3. 方案評估:方案評估階段的關鍵是評估方法。消費者逐步蒐集資訊之後,會依據不同的評估方法來對方案作出判斷,做出消費決策。
4. 購買:購買階段的關鍵是購買情境。消費者一旦決定進行購買行為,購買過程中會經歷不同階段的購買情境,這些情境有些是企業營造給消費者的購買環境,有些則是因消費者購買方式不同而有不同情境。
5. 購後行為:購後行為階段的關鍵是滿意與否。消費者在執行購買決策之後,會確認他的使用情況和原先預期的是否一致。倘若能夠一致,消費者需求滿足而產生滿意的狀態。反之則消費者不滿意。購後行為的評估結果,將會回饋予第一階段進行問題再確認。

四、請問消費者購後行為可分為四個階段呢？請分別說明各個階段的意涵。

消費者在購買行為完成後，通常會有以下四個階段的購後行為。

包含了：決策確認、使用評估、滿意評價、後續反應

1. 決策確認：消費者在購後的第一階段，就會對所購買的產品與之前主要決策依據進行比較確認。由於已經付出了資源取得產品，消費者在本質上一定會傾向確認他的決定是對的。

2. 使用評估：消費者進行決策確認後，便會正式地進入產品使用的階段，並對產品的使用感受進行評估。一般而言，消費者對產品涉入程度愈高，在使用評估階段會經歷愈久。

3. 滿意評價：經歷決策確認和使用評估階段之後，消費者就會對此次的購買行為進行滿意與否的評價

4. 後續反應：隨著滿意評價的產生，消費者會因為滿意或是不滿意的結果，而有著不同的後續反應。

(1) 滿意評價：倘若消費者感到滿意，他會對品牌或產品產生忠誠度。滿意評價常會體現在消費者的再購意願和推薦他人等行為上。

(2) 不滿意評價：相對來說，倘若消費者感到不滿意，他會對品牌或產品產生抱怨或是拒絕再購。抱怨指的是消費者對企業投訴不滿或是對他人抱怨的行為。拒絕再購的行為將導致消費者以後不再購買相同類型的產品，甚至是對同樣品牌的其他產品失去信心而不再購買。

五、請說明口碑和意見領袖的意涵。

答：口碑是參考群體常見的資訊型影響。口碑指的是社會網絡間對產品、服務或品牌的評價或分享。口碑是消費者間的資訊交換，可以降低消費者對產品或服務的不確定性。口碑通常來自消費者信任的參考群體，因此被認為較不具備

商業目的而更為可信。消費者在對產品不熟悉時，往往更願意相信他們的朋友、家人或其他信任參考群體的建議，更勝於企業所提供的廣告或宣傳。

意見領袖是指在群體中具有較高影響力的成員，意見領袖的意見和建議能夠對群體中的成員產生重大影響。消費者會受其參考群體中意見領袖所提供的資訊影響，進而影響消費者態度、決策和行為。意見領袖常擁有較高的知名度、專業知識或者社群影響力，有時會是較早消費新產品的消費者之一。因此消費者在進行消費過程中會參考其信任的意見領袖之資訊，幫助自身做出購買決策。