112學年度流管系

消費者行為-課堂演講

與消費者永續的溝通策略

侯榮惠先生 東方廣告董事

2023 / 11 / 24（五）13:30-15:30 弘業樓6803

消費者行為課程在11月24日舉行本學期第二次的業界講師分享，本次講師侯榮惠先生 (東方廣告董事/東方線上執行顧問) 以「永續的廣告策略：透 5 個正確步驟達成」為主題，除跟同學說明廣告學的理論內容外，更分享了國內外，以及侯董事先前的實戰經驗，是理論與實務兼具的演講。

在理論內容介紹方面，侯董事提到廣告策略分了5個方向：(1) 廣告目標、(2) 目標視聽群、(3) 承諾點、(4) 支持點、(5) 調性與方法等。其中『廣告目標』又包含了注意、興趣、慾望、記憶、行動等。而『目標視聽群』則有使用者、購買者、決定者、影響者等。『承諾點&支持點』有三項：獨特的銷售主張（U.S.P）、情感的銷售主張（E.S.P）、文化的銷售主張（C.S.P）。

除理論內容外，更分享所承包的台灣啤酒廣告作為例子，以伍佰為代言人，帶出「尚青」作為標語，成功吸引當時廣大族群，不論男女老少都會把尚青跟台灣啤酒聯想到一起。還舉例目前最大運動用品商NIKE，他們的Just do it標語沿用了35年了，時至今日仍然未退流行。並舉出 NIKE 如何透過兩階段式的廣告，獲得消費者的認同，進而為 NIKE 創造營收的高成長。

我們認為成功地去吸引觀眾看廣告就是一種研究消費者行為的方式。沿用到上周侯董事提到的自由媒體觀念如果成功設計一款好的廣告，不僅可以做為收入的一種方式，還能成功替企業銷售產品。透過兩次的演講，讓我們更了解消費者關注的是什麼，如何吸引到消費者採購，達到理論與實務兼顧的學習。