

# 美賣科技公司－

## 「粉絲：我買，因為我信任」購買決策

### 適用課程

社群行銷、電子商務、行銷管理、資訊管理

### 教學目標

1. 瞭解精準行銷與大數據之重要性。
2. 學習社群行銷之相關概念：
  - (1) 訊息來源可信度理論 (source credibility theory)。
  - (2) KOL/網紅類型分類。
  - (3) 商品類型分類。
  - (4) 網紅與產品間適配度。
3. 實作數據分析，以統計分析之複迴歸分析找出影響粉絲購買的決策關鍵因素。

### 教材

施友元、林芷安、趙義隆(2023)：美賣科技公司－「粉絲：我買，因為我信任」購買決策，光華管理個案收錄庫(KMCC)個案編號：1-23026-11。

### 請討論

1. 美賣公司採用哪一種方法進行「粉絲購買網紅商品關鍵因素」之決策分析？如何讓這些因素或變數以最佳組合呈現？哪些網紅特徵因素可提高銷售額？
2. 不同的商品 (家電／食品) 的供應商要選擇適合的網紅，應具備哪些網紅特徵／行為，才能提高銷售額？
3. 網紅與產品適配度高是否會提高網紅的銷售額？
4. 瞭解「哪些網紅特徵因素可提高銷售額？」，可以如何幫助美賣公司對網紅提出行銷建議？可以如何幫助美賣的供應商找出適合的網紅類型？