



消費者對企業推出免費LINE貼 圖之態度研究-平衡理論探討

LINE

指導老師:胡凱傑老師

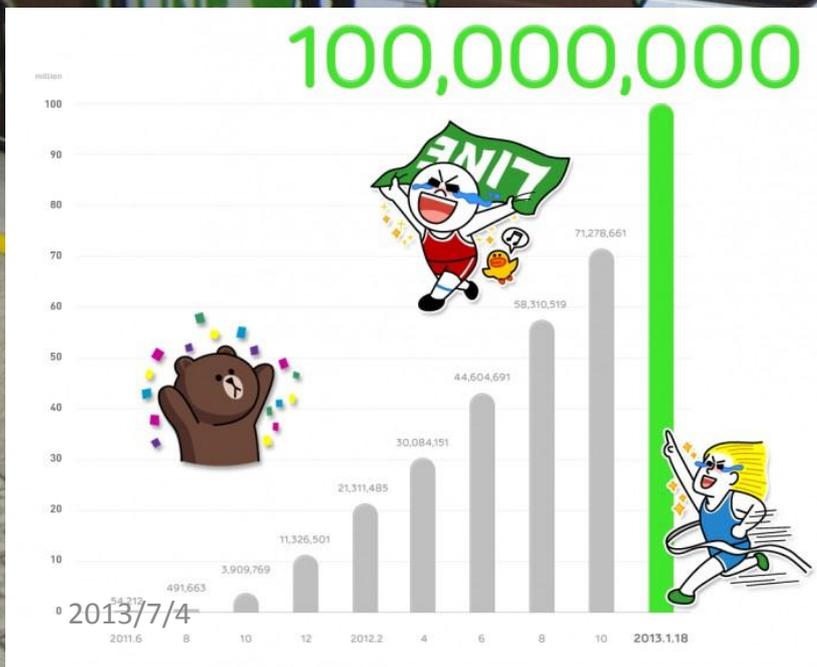
組員:陳宜萱、謝宜臻、林芸瑾、

王復薇、李佳申、王識菁、

周廷遠

研究動機

- 智慧型手機的普及
- LINE通訊軟體的盛行
- 企業推出免費的LINE貼圖



傳送影片及聲音

獨家有趣的貼圖

手機電腦皆可使用

LINE 遊戲 CARD

企業提供的免費貼圖

免費的語音通訊





研究目的

- 探討消費者對於企業提供免費貼圖的態度
- 研究企業提供免費貼圖是否可以有效創造新的商機
(消費者對於企業態度)
- 探討消費者是否會因為喜歡貼圖而對企業有好感，
又或者是消費者不喜歡企業提供的貼圖，因此對企業產生不好的態度。
- 探討消費者涉入程度對於消費者或使企業是否有差別

別



消費者態度

(二)特性

1. 態度是針對特定的對象
2. 態度是經由學習而得的
3. 態度與行為具有一致性
4. 信念、態度與行為三者間具關聯性
5. 態度是發生在情境中





消費者態度

(三)態度的功能：

1. 效用的功能
2. 價值傳達的功能
3. 自我防衛功能
4. 知識的功能





消費者態度

(四)情感與態度的關係：

1. 經由消費經驗而產生的情感
2. 經由廠商的行銷訊息而產生的情感
3. 經由購買情境而產生的情感





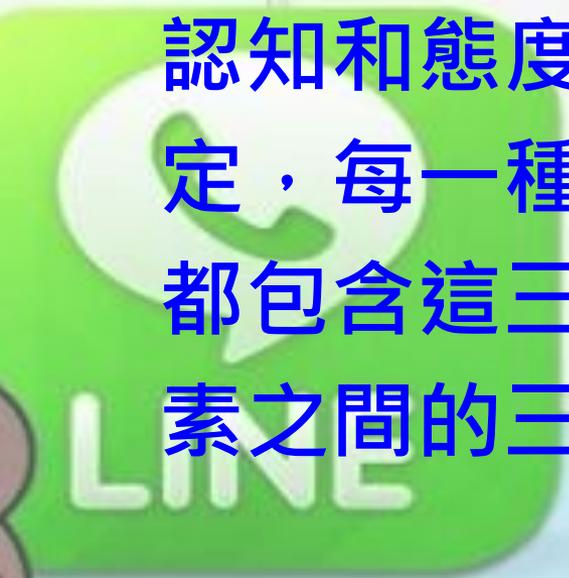
平衡理論

- 平衡理論(balance theory)又稱為P-O-X理論。
- 三者之間的關係是由自己的主觀認知和態度所決定，每一種結構都包含這三個因素之間的三種關係

標的物X

自己
P

他人
O





平衡理論的關係

- 情感連結-存在於自己--他人和自己--標的物兩項關係間
- 單元關係-指他人—標的物的關係，就是他人與標的物兩者連結與否。



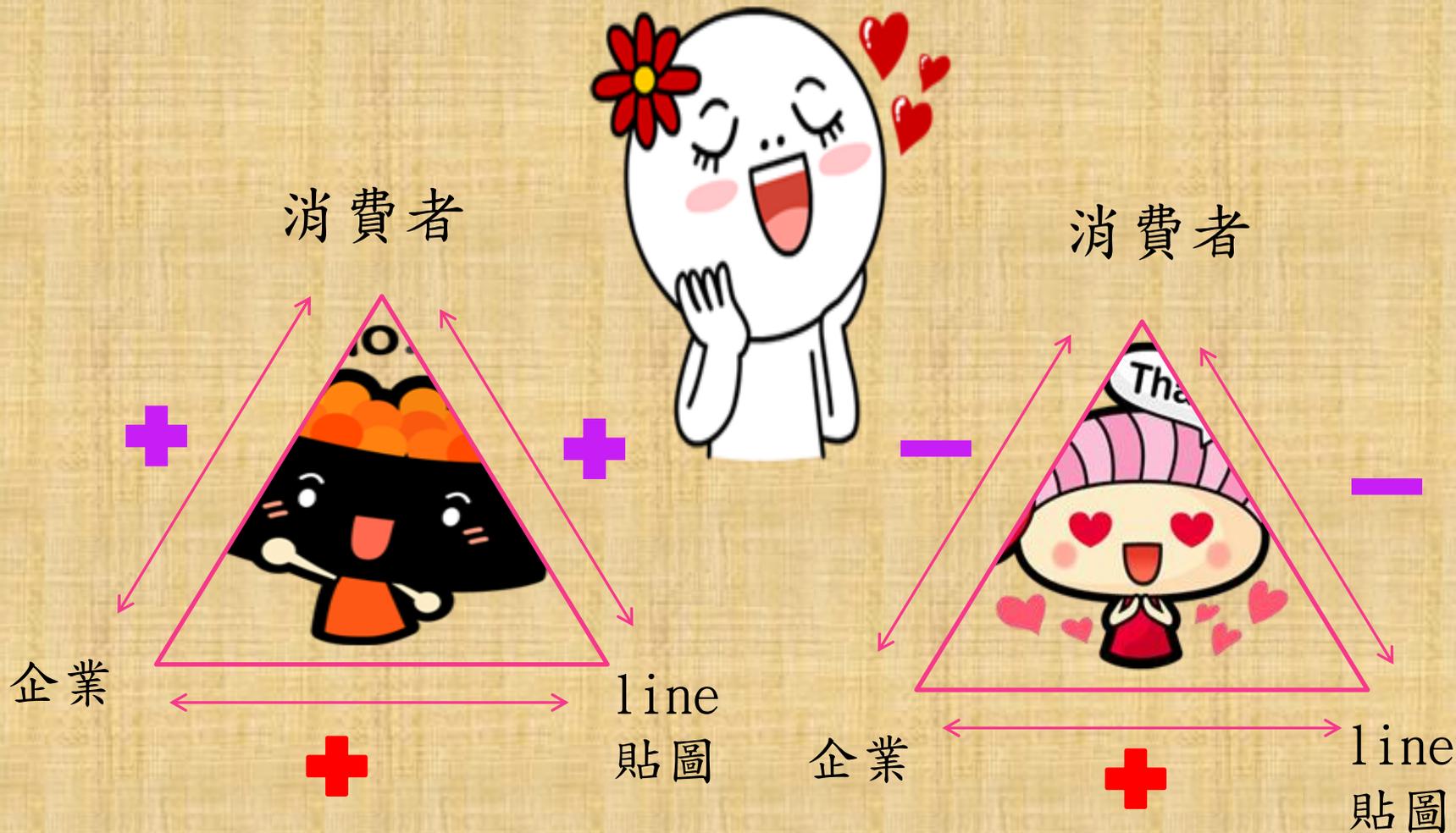


延伸:改變關係

- 不平衡狀態是指P-O-X三者之間相互的態度乘積是負的，平衡狀態則是三者之間的態度乘積是正的



研究推論假設

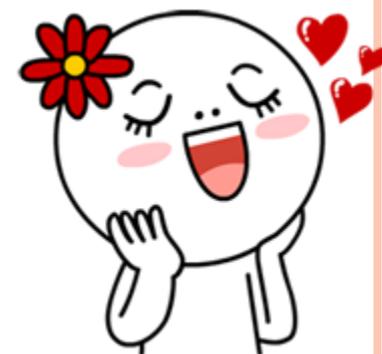




問卷樣本資料

2013/7/4

性別	
男	100
女	238



年齡	
1. 15~24歲	307
2. 25~34歲	21
3. 35~44歲	5
4. 45歲以上(含)	5



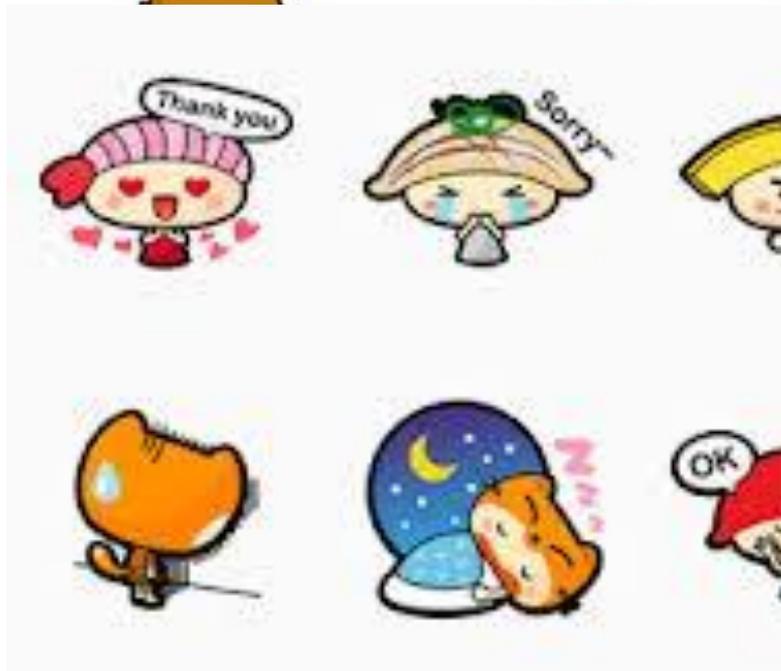
2013/7/4

職業類別	
1. 學生	302
2. 軍警公教	4
3. 服務業	10
4. 商業、金融業	6
5. 農林漁牧礦	0
6. other	16

每月可支配所得	
1. 4000以下	97
2. 4001-8000	117
3. 8001-12000	80
4. 12001以上	44



提供免費



- 8. 爭鮮迴轉壽司
- 9. 統一麵
- 10. 肯德基

揀圖

貼圖說明



**KENTUCKY FRIED CHICKEN
JAPAN LTD**
**Colonel
Sanders**

加入好友即可擁有此貼圖！
使用效期-180天

下載完畢

Anyone feel like a KFC? Colonel Sanders is here to spice up your chats! Add the Kentucky Fried Chicken Official Account & get em free. Available till 3/12/2012











Copyright © KENTUCKY FRIED CHICKEN JAPAN LTD.



95%
關閉

免費開放下載嘍！
怒哀樂嗎？小熊
/9一起加入樂天

購物網
市場幸運

- 180天

即可擁有此貼



提供免費貼圖的人物

1. 江南大叔Psy
2. 潘瑋柏

2013/7/4

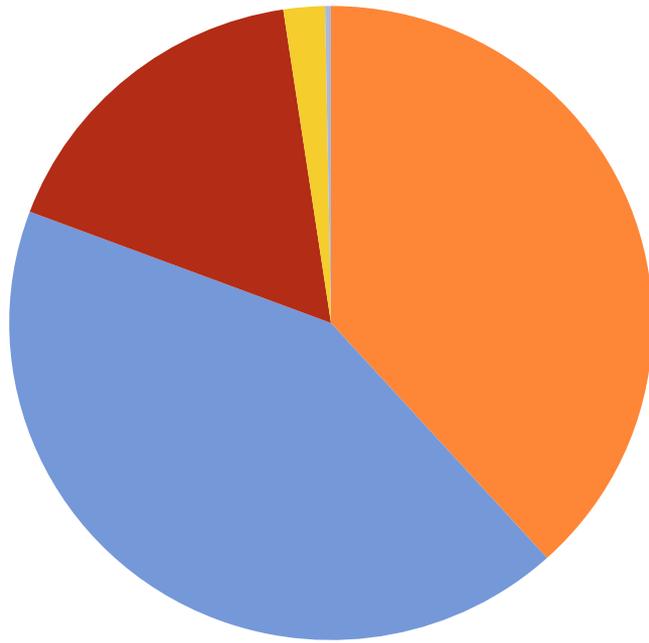


➤ 消費者對於**免費貼圖**的態度



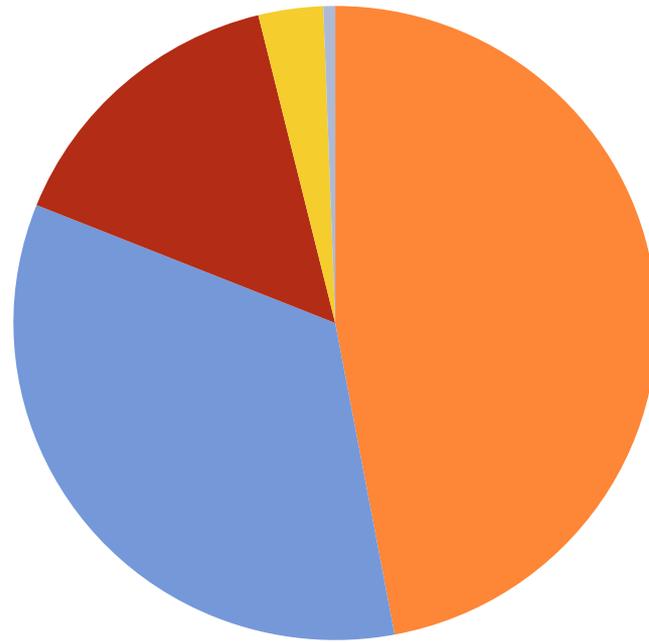


1、我喜歡下載line的免費貼圖



非常同意 同意 普通
不同意 非常不同意

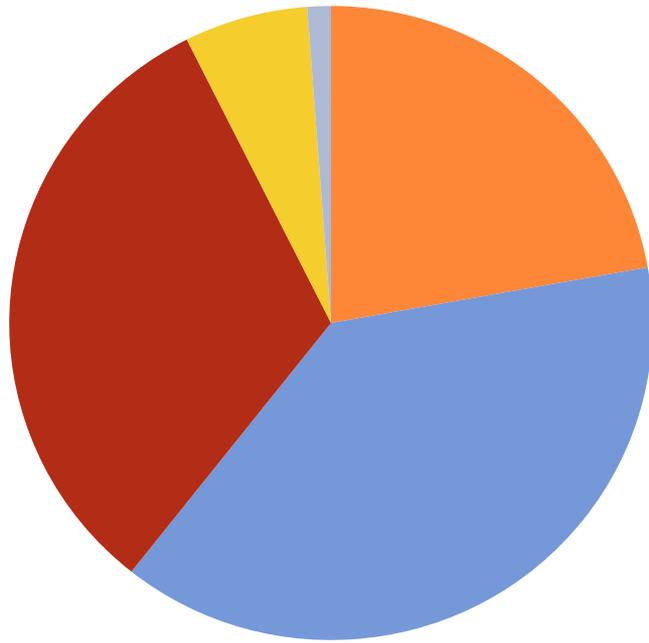
2、我很期待LINE軟體提供的免費貼圖活動



非常同意 同意 普通
不同意 非常不同意

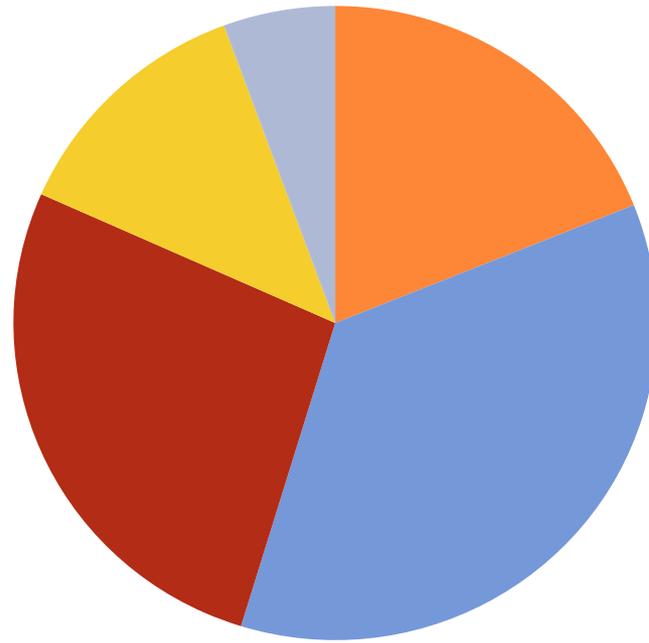


3、Line的免費貼圖的圖案充滿魅力



非常同意 同意 普通
不同意 非常不同意

4、當我沒下載到Line的免費貼圖會感到可惜

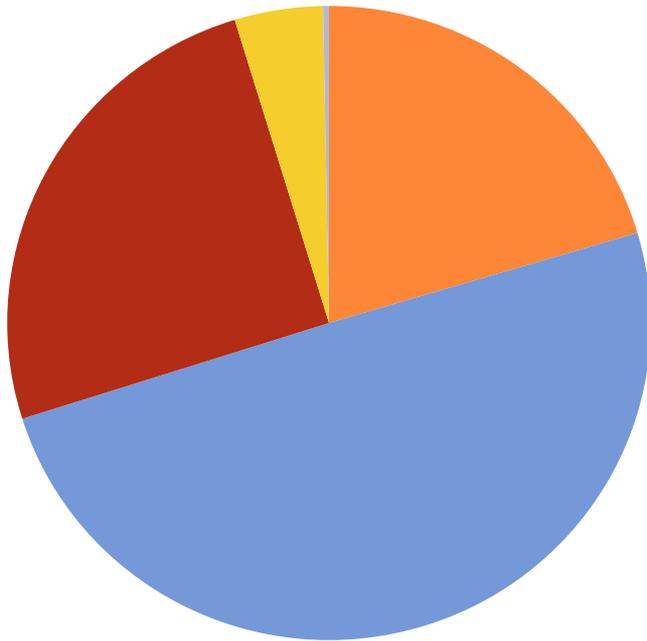


非常同意 同意 普通
不同意 非常不同意

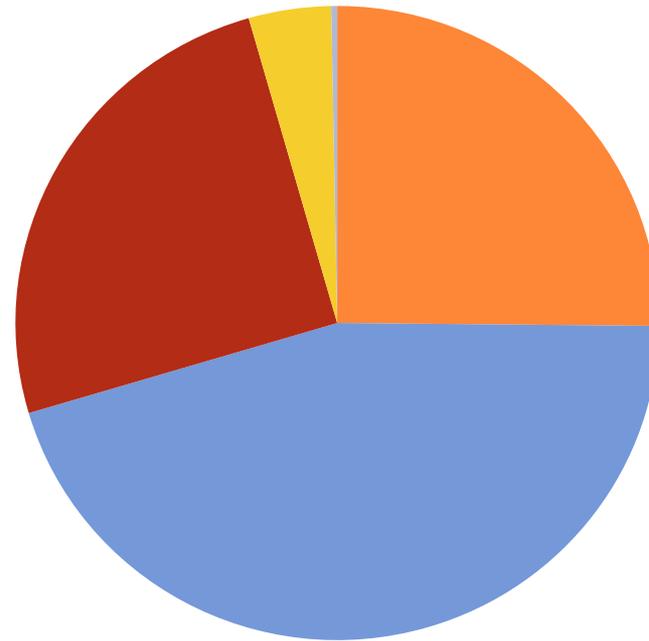


5、Line的免費貼圖能夠表達我的心境

6、當我使用Line的免費貼圖時我會感到很開心



非常同意 同意 普通
不同意 非常不同意

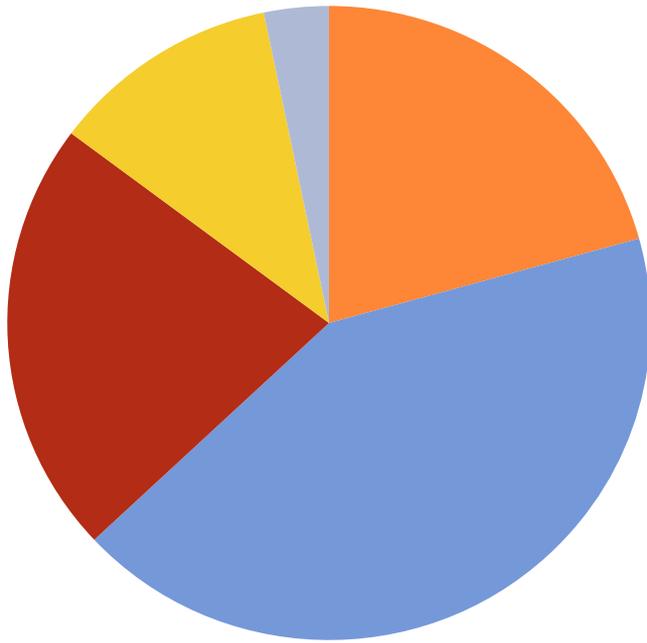


非常同意 同意 普通
不同意 非常不同意

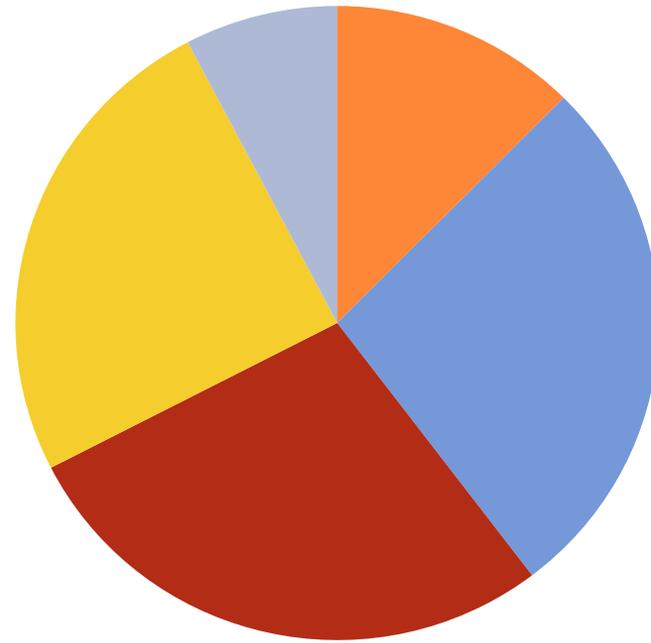


7、我會和朋友討論Line的免費貼圖

8、在沒有使用line時,會想到Line的免費貼圖的圖案



■ 非常同意 ■ 同意 ■ 普通
■ 不同意 ■ 非常不同意



■ 非常同意 ■ 同意 ■ 普通
■ 不同意 ■ 非常不同意

➤ 消費者對於提供免費貼圖企業的態度

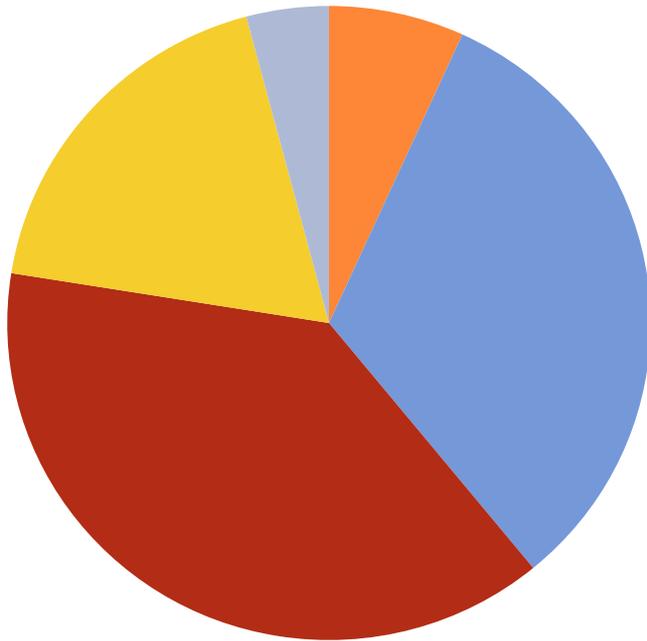


探討消費者對**企業**態度的問卷題目

1. 我會因為透過Line的免費貼圖認識新的企業
2. 我會因為透過line的免費貼圖對此企業產生好奇
3. 我對於提供Line的免費貼圖企業有好感
4. 我會關注提供Line的免費貼圖的該企業發出的訊息
5. 我對於企業要求下載免費貼圖前要先加入企業的官方Line或遊戲感到自在

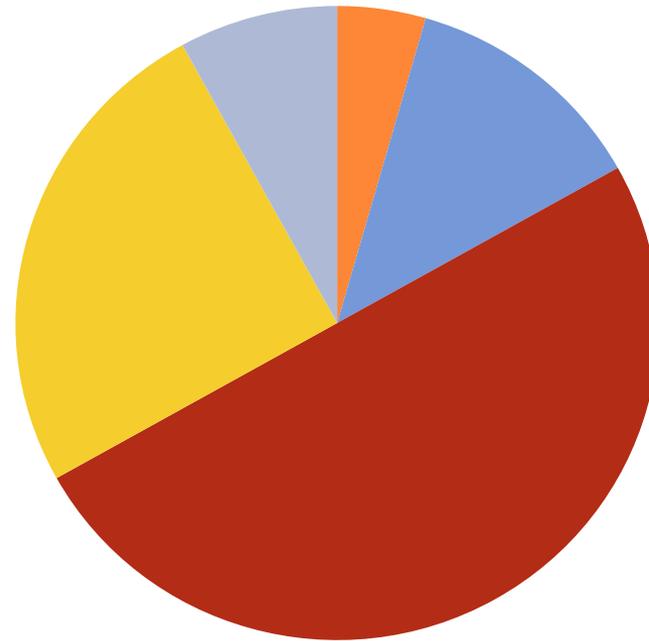


1、我會因為透過Line的免費貼圖認識新的企業



非常同意 同意 普通
不同意 非常不同意

2、我會因為透過line的免費貼圖對此企業產生好奇

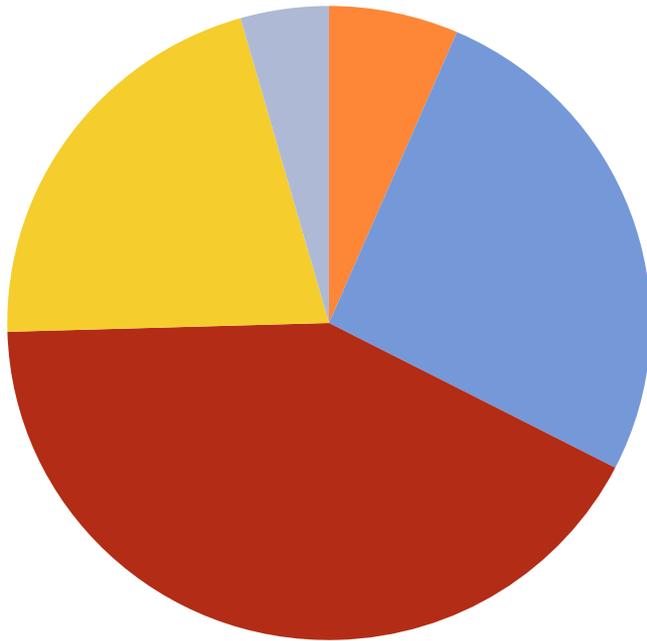


非常同意 同意 普通
不同意 非常不同意

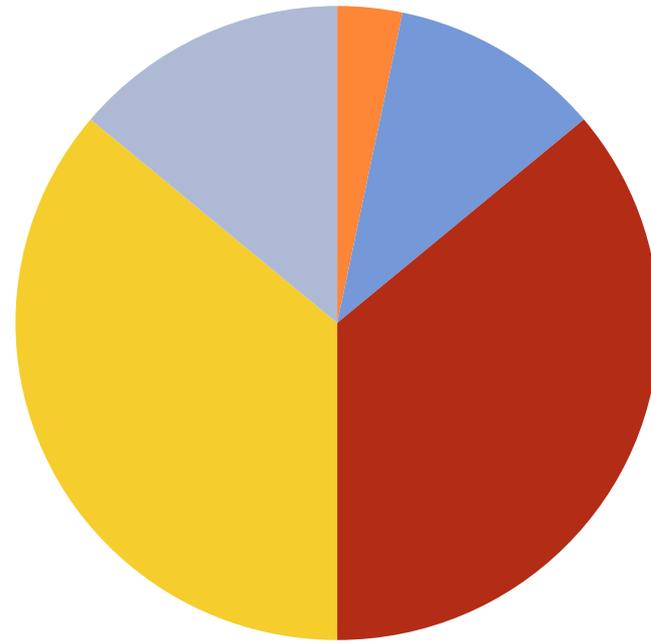


3、我對於提供Line的免費貼圖企業有好感

4、我會關注提供Line的免費貼圖的該企業發出的訊息



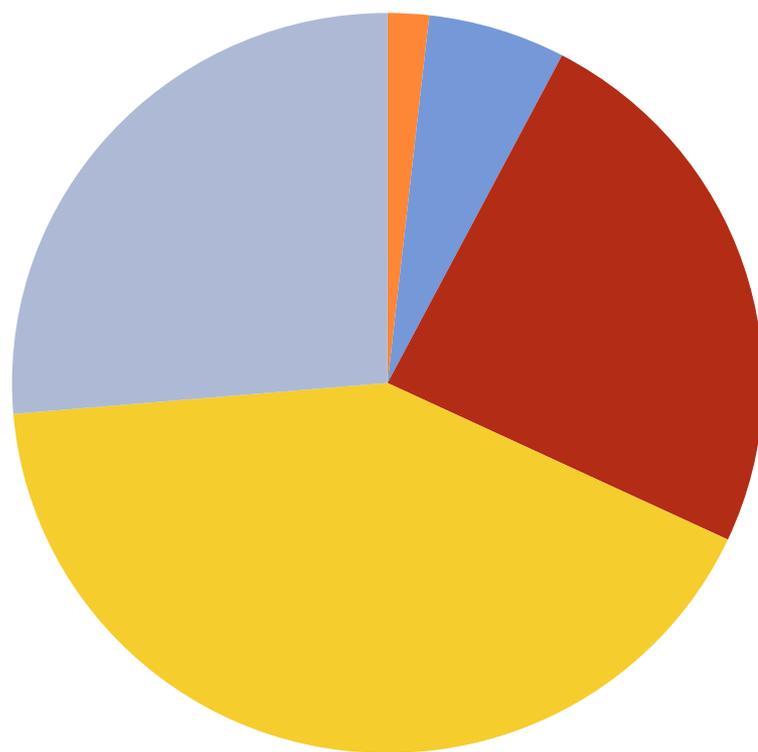
非常同意 同意 普通
不同意 非常不同意



非常同意 同意 普通
不同意 非常不同意



5、我對於企業要求下載免費貼圖前要先加入企業的官方Line或遊戲感到自在



■ 非常同意 ■ 同意 ■ 普通 ■ 不同意 ■ 非常不同意

◎ 涉入程度

對免費貼圖態度的影響





A. 由問卷區分樣本為高涉入OR低涉入

1. 請問您一天平均使用多少次line ?
 1. 1-3次
 2. 4-6次
 3. 7-10次
 4. 10次以上(含)
2. 請問您下載過免費貼圖的次數?
 1. 1~3次
 2. 4~6次
 3. 7次以上(含)

1. 非常同意
2. 同意
3. 普通沒感覺
4. 不同意
5. 非常不同意



加權平均

以平均數做為正負面態度的劃分

消費者涉入程度對貼圖態度的影響

	貼圖態度
高涉入	2.101
低涉入	2.365





消費者涉入程度對**企業**態度的影響

2013/7/4

	企業態度
高涉入	3.209
低涉入	3.289

沒甚麼差異

涉入程度對態度的影響

2014/3/7/4

1. 從消費者本身對於line貼圖的態度來看，發現皆是呈現正面的態度，雖然兩者的差異亦不大，但高涉入的消費者對於貼圖傾向有較高的正面態度。

消費者對於貼圖的態度是持正面、良好的態度。

2. 不論消費者是高涉入或低涉入，對企業的態度差異相差不大。

消費者對於企業的態度是保持普通、中立的態度。





研究結論



消費者



企業



line
貼圖

提升消費者態度之方法



立榮航空：

- 在活動期間內，旅客只要持同姓名的登機證兩張至國內各機場櫃檯，示出已下載的立榮App畫面即可獲得立榮航空

LINE貼圖的公仔耳機捲線器



富邦金控



- 舉辦抽獎活動獎項包括LINE官方公仔，還有羅志祥、蕭敬騰等巨星演唱會門票；若得獎者為富邦卡友，再加碼回饋。
- 舉辦一系列LINE線上活動，回饋富邦網友、卡友。



特別探討 免費貼圖對於行銷**企業**& **人物**的比較分析

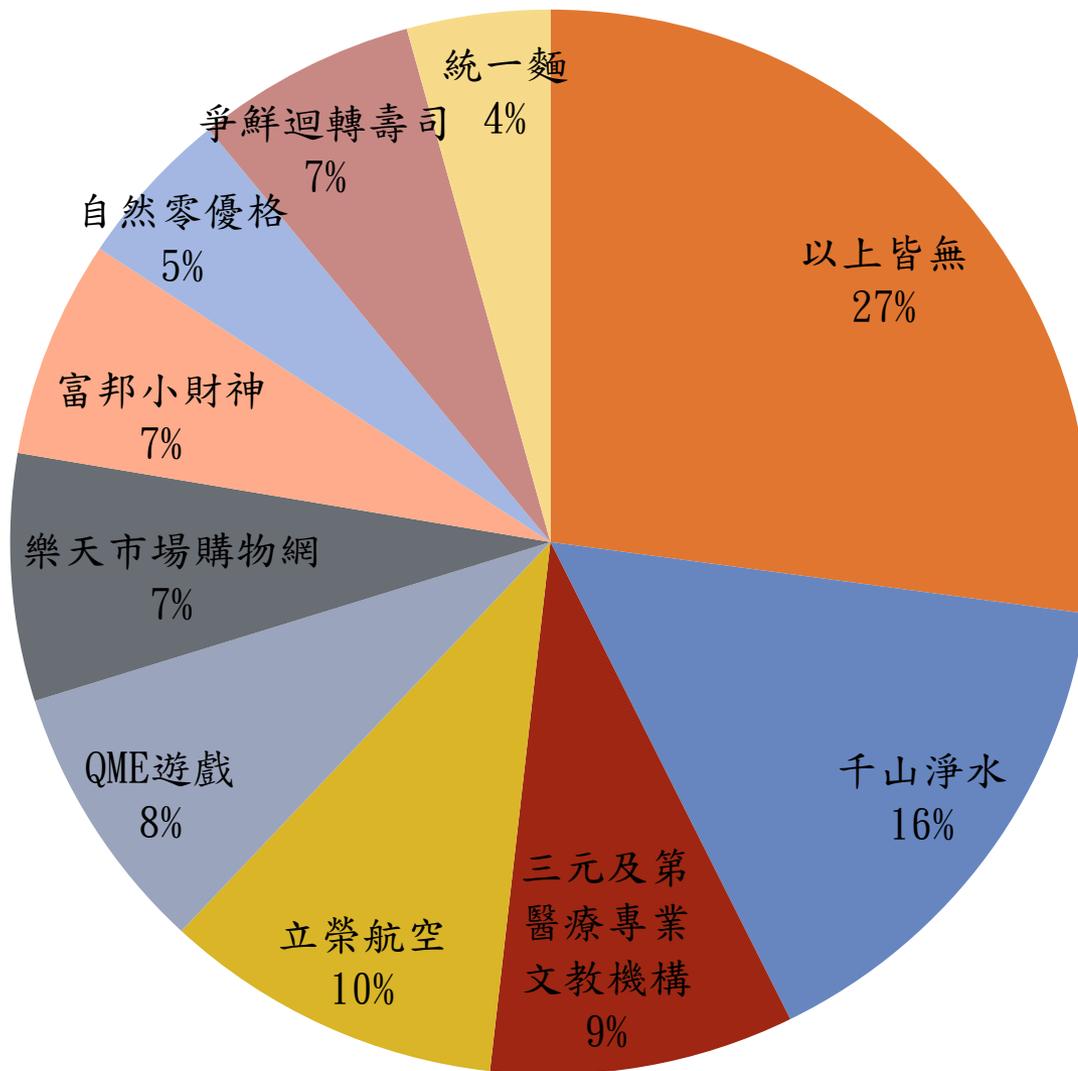


一. 企業面

因著免費貼圖而認識該企業



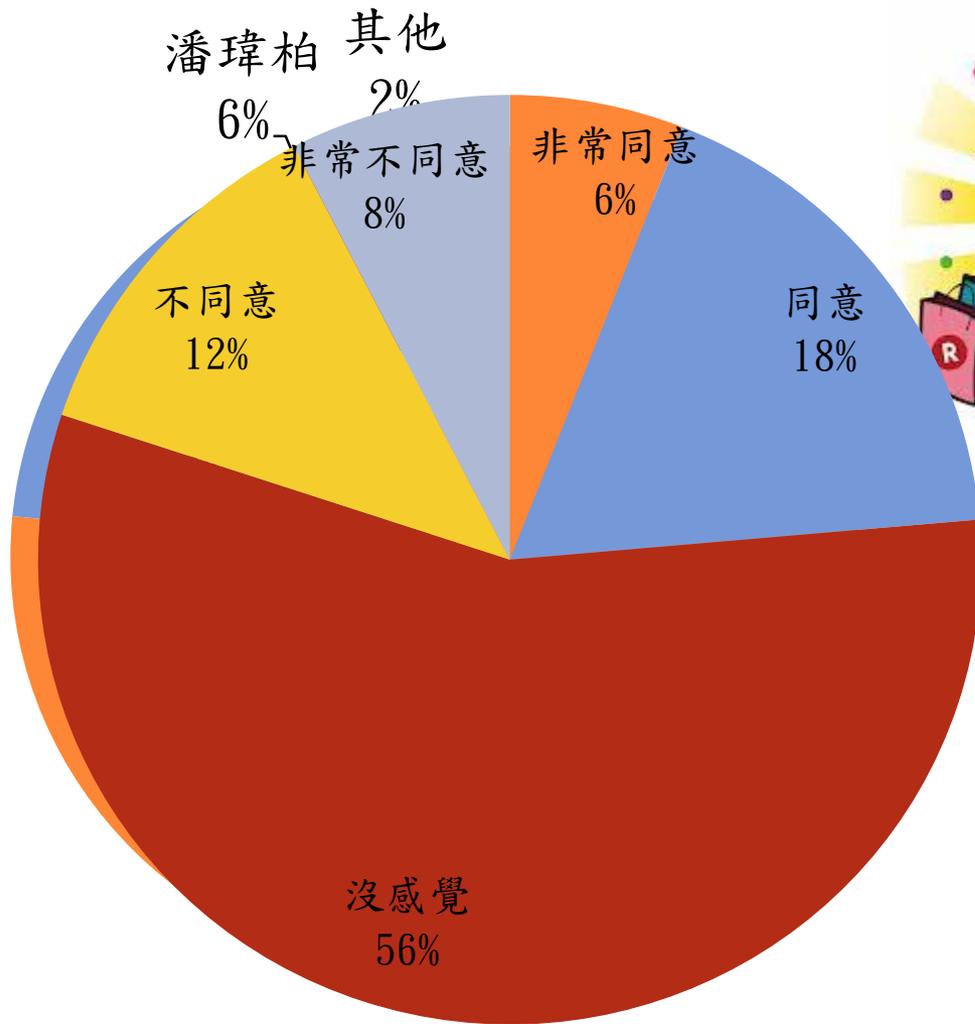
2013/7/4





二、人物面

因著免費貼圖而認識該人物



2013/7/4

以上是我們的報告
謝謝大家的聆聽
敬請指教



Q&A