

# 消費者行為期末報告

## 客製化的魔力

第十一組

指導老師：胡凱傑老師

# 組員名單

11

11

00153204	楊子賢
00153215	蔡佩娟
00153218	劉彥希
00153223	陳玘林
97135052	李旻憲
02999403	岳 蓉
02999502	趙 哲



# 目錄



# 研究背景、動機及目的

# 研究背景

追求  
個人化，  
專屬性

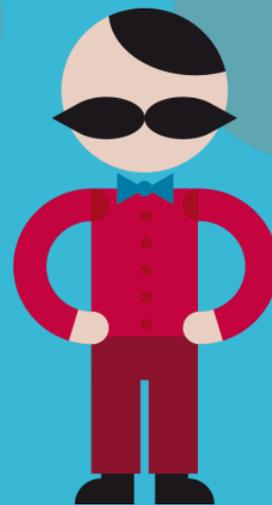
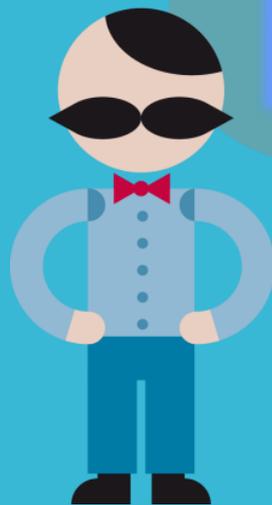
追求多變、  
多樣的型態

客製化

平均生活  
物質水準  
提升

客製化

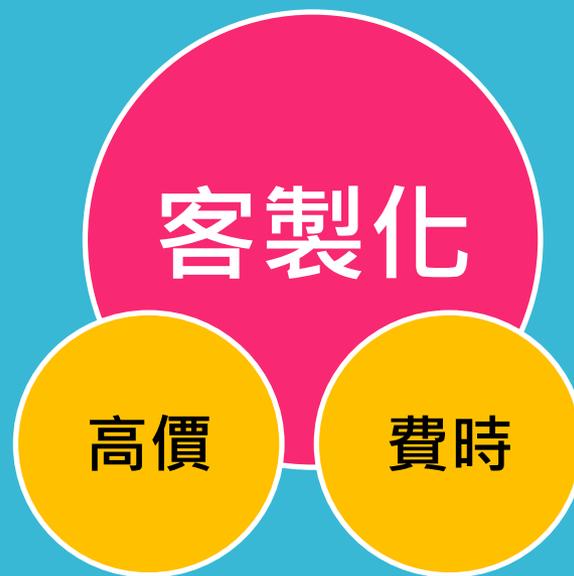
標準化



# 研究動機



各式客製化產品出現



消費者為什麼還會選擇購買客製化商品？

# 研究目的

消費者購買客製化產品是因為其獨特性及專屬性，滿足自尊他尊需求

馬斯洛需求  
層次理論

消費者購買客製化產品

創新過程  
AIETA

探討影響消費者購買客製化產品的相關因素

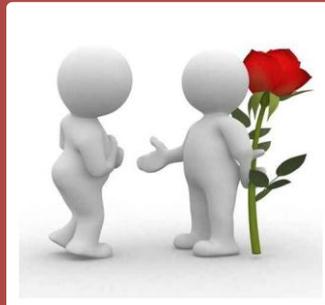


# 客製化定義

# 什麼是客製化？

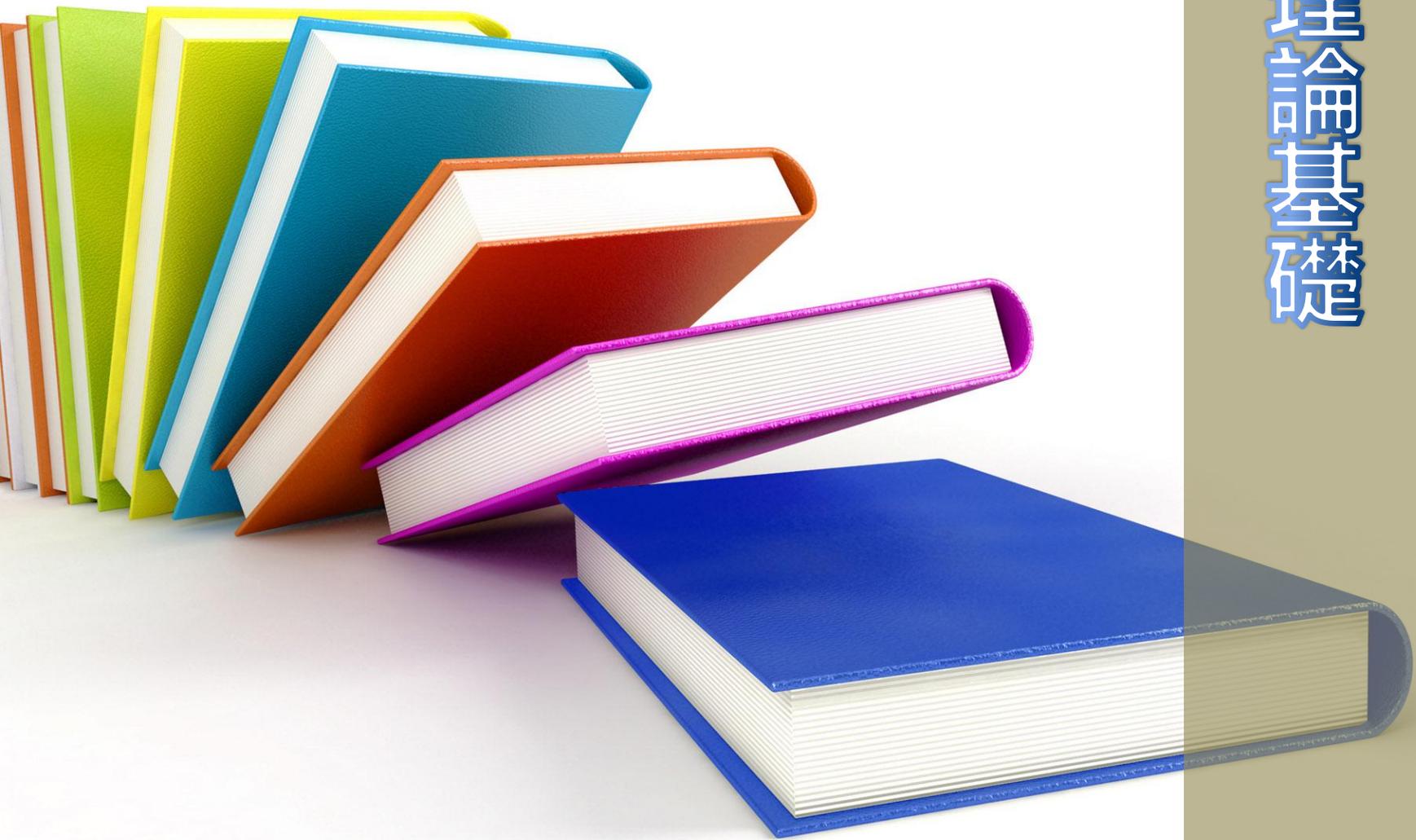


# 什麼是客製化？



## 客製化婚禮儀式

你的獨家記憶



# 理論基礎

# 馬斯洛-需求層次理論

個體成長的內在動力是內在動機

動機是由多種不同層次與性質的需求所組成的

需求間有高低層次與順序之分

由低到高，並分別提出激勵措施，其理論的一個基本假設就是「人是一種追求完全需求的動物」



# 馬斯洛-需求層次理論



高層次需求  
未必僅發生於  
低層次需求滿足之後

# 創新過程 AIETA

知覺

興趣

評估

試用

接納

知覺

- 意識到客製化商品的存在

興趣

- 對客製化商品產生興趣

評估

- 評估客製化商品的屬性優缺

試用

- 對客製化商品進行試用

接納

- 消費者接納客製化商品

# 擴延自我

客製化



擴延自我

量身訂做→**打造屬於自己獨有的品味**

例子：Hello Kitty設計裝潢



客製化產品→**自我概念的擴張與延伸**

# 符號互動理論

客製化



符號理論  
互動

製作和**自己形象「高度」相符**的產品

例如：情侶T-Shirt→表達幸福感



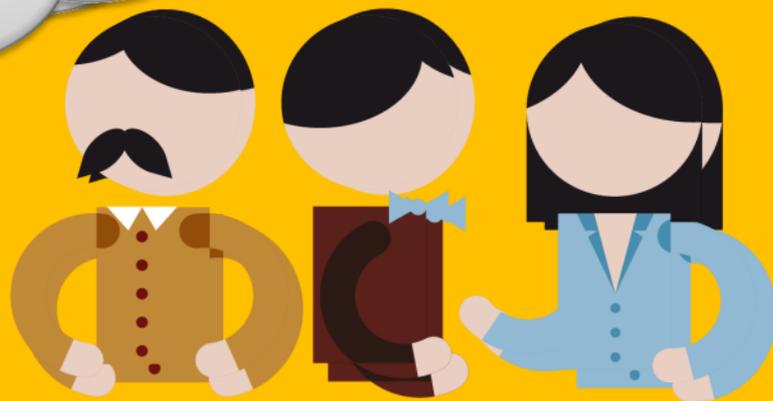
**形象一致**的假設



現有客製化案例

# 客製化產品

太多了！客製化已經遍佈各類產品。



# 常見客製化產品



# 原來，這也是客製化！



客製化傢俱設計訂製



# 自己挑選顏色及香味的洗髮精

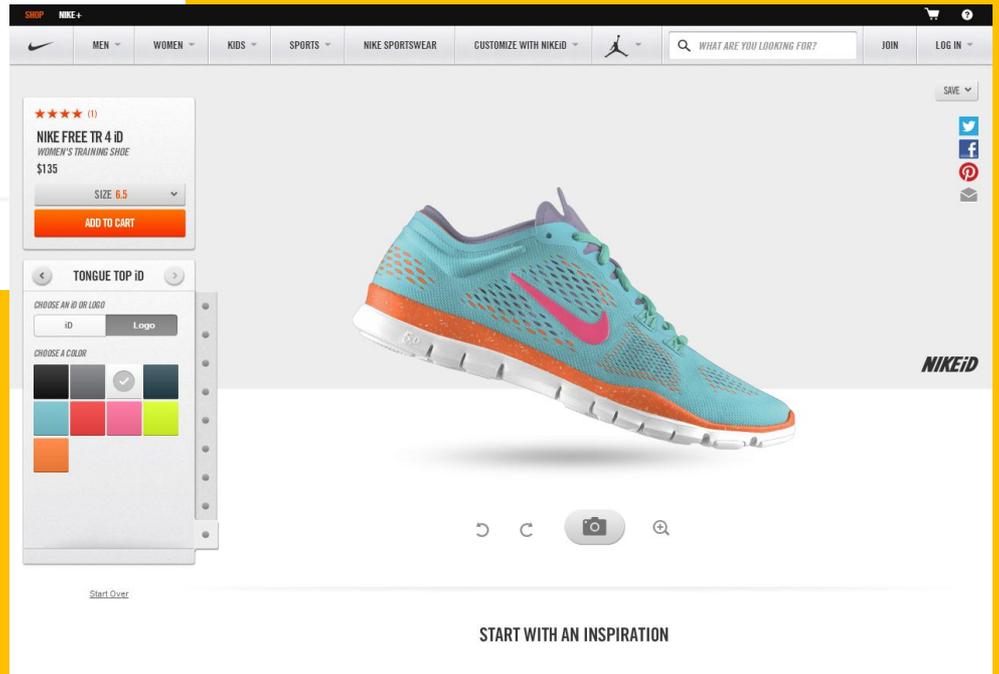
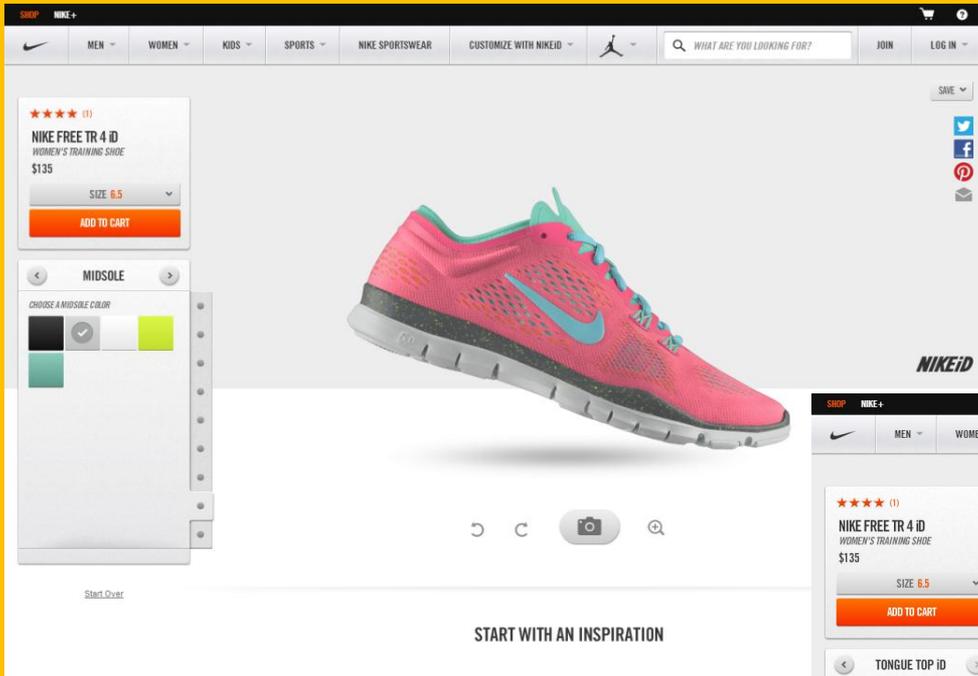
## 享受客製 品味慢活

為常規的生活裡增添一點樂趣，少一點限制，在mr. hair樂園恣意挑選自己的香味、顏色，打破界線，來點水藍的薰衣草、橙黃的草莓，或是青綠的玫瑰，帶著享樂趣的心，讓您自己的髮肌產品成為個人的專屬商標。

藉由自然、新鮮、單純的原料，與精油芳香療法相互搭配，為自己潔淨、保養的同時享受身心靈的解放與自在。精油的天然分子，讓大腦藉由鼻嗅產生寧靜、美好的感受，享受慢活人生，感悟品味生活。



# 自己挑選鞋子配色





我們的客製化

The image features three paintbrushes arranged vertically on a white background. Each brush has a wooden handle and a silver ferrule. The top brush has a red paint stroke, the middle one has a green stroke, and the bottom one has a blue stroke. The text 'DIY掛曆' is written in white on the red stroke. The text '實驗一' is located in the bottom right corner.

DIY掛曆

實驗一



## 點點印 把您的照片變成書

照片印成書，實現您的夢想。

▶ 我要體驗看看

第一次來?



[迎新春] 親手製作最特別的農曆新年禮物



[賀卡App] 把手機照片變成賀年卡片



[把部落格變成書] 部落格書，新登場！

在點點印，你可以把照片變成...

### [相片寫真書]

文庫本

寫真本系列

映畫本



### [相片小物]

快拍卡  
SnapCard

明信片

筆記本



### [月曆系列]

桌曆

掛曆

日記本



外觀設定

版型

掛曆



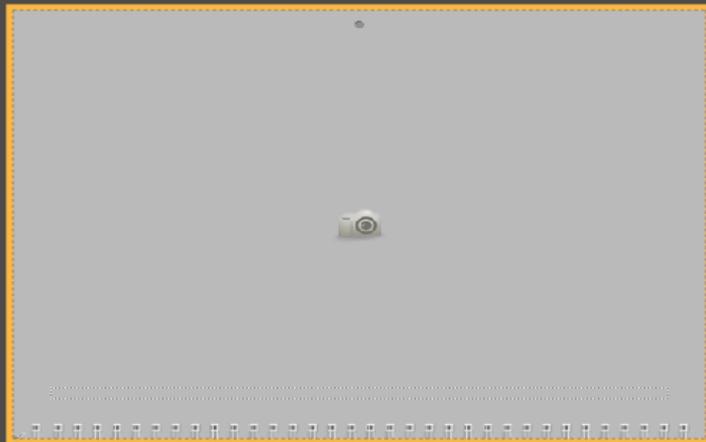
自動排版 復原 重復 編輯我的月曆

預覽 儲存

掛曆 12頁 第1版\$749  
[假期] 台灣假期+農曆

你可以從這裡... 2014年3月(上) 上一頁 下一頁  
標記你的紀念日，或全部一起編輯。

可以試著把照片直接拖拉到日期框框內，或是點選日期框。



2014 March 3

Sun	Mon	Tue	Wed	Thu	Fri	Sat
						1 二 天
2 三 天	3 四 天	4 五 天	5 六 天	6 日 天	7 一 天	8 二 天
9 三 天	10 四 天	11 五 天	12 六 天	13 日 天	14 一 天	15 二 天
16 三 天	17 四 天	18 五 天	19 六 天	20 日 天	21 一 天	22 二 天
23 三 天	24 四 天	25 五 天	26 六 天	27 日 天	28 一 天	29 二 天
30 三 天	31 四 天					

相片

新增相片

現在沒有照片，請先新增照片

文字

外觀設定

版型

掛曆

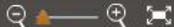


自動排版 復原 重復 編輯我的月曆

預覽 儲存

掛曆 12頁 第2版 \$749  
[假期] 台灣假期+農曆

上-頁 201403月(上) 下-頁



影像處理 >>



相片

新增相片



文字

# 完成品





實驗二



# 非比尋常

—— 個人公仔商品專賣 ——

[首頁](#)[目錄](#)[購物說明](#)[對稿回覆](#)[常見問題](#)[留言板](#)[加入會員](#)[關於我們](#)

### 會員登入

 記住帳密 [忘記密碼](#)

### 照片上傳/半成品下載

### 商品分類

男生  
公仔



女生  
公仔



雙人  
公仔



結婚  
公仔



特製  
公仔



小  
公仔



Q  
公仔



公仔  
場景



★ W-1R大獅子

★ W-2R拉拉熊

★ W-3R摸摸熊

★ 裙裝蜜蜂

★ 裙裝兔子

★ 裙裝乳牛

★ 比卡秋

★ 猴子

★ 美羊羊

★ 喜羊羊



結帳  
共 0 件  
暫存的購物

元 庫存：4

訂購

一般價 元 庫存：5

會員價 元 訂購

一般價 元 庫存：10

會員價 元 訂購

一般價 元 庫存：11

會員價 元 訂購

★ 紅太郎

★ 灰太郎

★ 大蜜蜂

★ 大老鼠



一般價 元 庫存：9

會員價 元 訂購

一般價 元 庫存：7

會員價 元 訂購

一般價 元 庫存：13

會員價 元 訂購

一般價 元 庫存：0

會員價 元 已售完

訂購

會員價 元

訂購

會員價 元

訂購

## 非比尋常 購物車

步驟 1：選擇數量



步驟 2：填寫基本資料



步驟 3：確認後送出訂單

NO	商品名稱	單價	購買數量	
1	 維尼熊	<input type="text"/> 元	數量 <input type="text" value="1"/>	<a href="#">取消購買</a>

共 1 筆 (1 件)

商品合計： 元

運費：(將於下頁輸入地址後產生)  
(購買 3000 元以上免運費)

[回賣場繼續購物](#)

### 選擇貨運方式

至直營門市取貨

請於(買方備註)內註明哪間直營門市(西門一店.西門三店)取貨囉

快遞送貨

全省皆統一價NT\$130(部分商品可享免運費)

店家專用

一般消費者請勿點選

### 選擇付款方式

金融匯款

台北富邦銀行 龍山分行 銀行代碼 012

帳號： 672-102-120696

戶名： 巧技創意有限公司

轉帳後

1.請點(訂單後續連絡)

2.或將轉帳金額及帳號末三碼Mail到unusually@seed.net.tw

3.或來電與我們確認囉

匯款完畢後，可於系統發出的訂單通知信內或登入會員後台，點選 [訂單後續連絡] 來發送匯款完成通知，以便對帳出貨

payNow線上刷卡

- [payNow線上刷卡](#)是由紅團提供
- 刷卡金額不可低於30元，不提供國外刷卡
- 持卡人姓名姓名必須為中文不可為英文

非比尋常門市人員

依公司規定

非比尋常加盟門市

依公司規定

上傳者姓名

蔡佩娟

\* 必填

備註說明

上傳兩張照片，請以第一張為主，第二張為輔，謝謝

\* 必填

上傳檔案

檔案一   螢幕快照 2014...下午7.20.40

檔案二   螢幕快照 2014...下午7.20.40

檔案三  尚未選取檔案

檔案四  尚未選取檔案

檔案五  尚未選取檔案

- 請按「瀏覽」按鈕，並選擇您欲上傳的檔案
- 您上傳的檔案必須小於100M (大於100M會上傳失敗)
- 您上傳的檔案若含有病毒本則系統會自動偵測刪除

開始上傳



實驗三

影片

# 結論



# 結論

- AIETA的五個創新階段
- 擴延自我和符號互動理論  
**消費者的心理是難以預測的，在面對不同的商**
- 打破馬斯洛的需求理論：**消費者**尚未滿足也會作出不同的**消費行**而追求較高階層的需求  
**為**



# 11

楊子賢  
蔡佩娟  
劉彥希  
陳彥林  
李旻憲  
岳 蓉  
趙 哲

## 組內分工

研究背景、動機及目的  
我們的客製化  
現有客製化分析  
結論  
理論基礎  
PPT統整  
客製化定義

11

The image features a vibrant, multi-colored geometric pattern of triangles and polygons in shades of blue, green, yellow, and red. A large white rectangle is centered on the page, containing the text "THANK YOU!" in a bold, blue, sans-serif font. The text has a subtle reflection effect below it.

**THANK YOU!**