**心得報告**

四企管三乙B10433014吳佳玲

今天的演講者為艾思網絡(股)公司執行長，UrCosme是一個美妝社群平台網站，網站上收集了許多美妝相關資訊及使用者心得，並於近年加入日本istyle公司，希望能達成「Ｏne Beauty Database , One Beauty Account ID」的終極目標，除了擁有龐大的網路美妝資料庫外，近期也陸續開設了實體店面，希望滿足消費者由知曉、體驗到購買的一條龍服務，整場演講分了幾個部分進行，其中最讓我印象深刻為口碑行銷的部分，講者舉了一個例子為講者太太為了找尋適合其孩子的奶粉，在不同的社交平台上發文詢問，最後選擇了在fb社群上某位朋友的推薦，其實當在一社交平台上提問時，大家都會非常熱心地給予各種建議，但往往我們會由於意見太多、資訊太多而無從決定，該如何在提供給顧客意見時，能直達內心需求是非常重要的，其中在許多產品平台上，藉由消費者資料分析出特定的網路意見領袖，並藉由意見領袖帶來產品的口碑行銷，創造出產品的好印象，進而達到好的銷量成績，可見口碑行銷對於一個產品的影響是不容小覷的，尤其是在各種網路平台上，有些意見領袖所帶來的效益是非常龐大的。