心得報告

在今天這堂課以前，其實我不太理解什麼樣的消費者會去網站上寫產品心得文，特別是在並無實質報酬提供給消費者的狀況下，甚至剛開始也覺得會不會大部分其實是寫手寫出來的文章。今天聽到講者的分享覺得很意外，原來真的有許多消費者是因為在網站上得到資訊，因而願意回饋給其他彩妝消費者，而且文章都是消費者主動撰寫，urcosme並無參與寫心得的部分，此外彩妝評分機制也不公開，不受人為因素干擾，我想這正是urcosme可以持續獲利的原因。

我也覺得近年來urcosme的虛實整合很有趣，透過準確分析，coupon的兌換率可以很高，更驚人的是連實際到店購買的轉換率都有50%，真正落實以獨立的人為中心的行銷模式。

課堂中，印象很深刻有一頁投影片提到urcosme除了消費者在網站上直接可以觀察到的部分外，其實也有記錄消費者的行為特徵、互動紀錄與足跡紀錄，實際實驗也發現大家看到的頁面確實會不同，相信這能讓消費者更願意使用urcosme這樣的評價網站，留住忠誠度高的顧客。

課堂中，我也了解了不同的廣告及行銷方法。現在資訊取得容易，消費者習慣有什麼問題就是上網爬文，且能在網路上得到大量資料，這讓口碑行銷的重要性大幅提升。廣告方式也再也不能只用pull的方式等待消費者上鉤，而是要用更積極、更個人化的push型廣告及更強調群體口碑的、互動性的社群溝通廣告模式，讓正向的品牌形象深植消費者心中。