**PGC知识付费产品简介信息对该产品的营销效果影响研究**

**研究问题：**

从用户的角度来思考，知识产品相对于其他产品，更多的是从内容简介和知识产品的本身属性来感知到该产品的有用性。故决定从产品内容简介角度来对知识产品感知有用性进行研究。

**研究的模型：**

产品介绍

适用对象

学完后作用

…

KOL

所属类别

购买产品评论数

购买人数

内容信息

营销效果

标题信息