

## 摘要

商場如戰場，尤其是在這片競爭激烈的土地上，若想在戰場上廝殺出屬於自己的勝利，只得準備好屬於自己的矛與盾，才能夠攻守兼具。除了積極開發新產品外，了解消費者對於品牌的偏好程度，才能夠適時調整其營運的方式，再加以透過知悉自身廣告帶給消費者的感受，明白自己想傳達的訊息是否有讓消費者接收到，並且洞悉何種促銷方式最能夠滿足消費者的需求，以此調整方向，增加購買意願。

本研究主要探討必勝客披薩的品牌偏好、廣告訴求及促銷方式對購買意願之影響，研究對象為有購買過必勝客產品的消費者。本研究採用問卷調查方式，並以 SPSS 統計軟體作為本研究之分析工具，研究結果顯示：

- 一、品牌偏好對購買意願有顯著影響。
- 二、廣告訴求對購買意願有顯著影響，其中以感性訴求對購買意願的影響較大。
- 三、促銷方式對購買意願有顯著影響，其中以金錢性促銷對購買意願的影響較大。

關鍵字：必勝客披薩、購買意願、品牌偏好、廣告訴求、促銷方式