

課堂活動

人生需慾與消費滿足



一、目的

1. 剖析人類「需求」與「慾望」的種類與內涵，瞭解這些需慾正是人們「消費動機」之基礎，提供這些需慾之滿足也可作為產品行銷之手段。
2. 釐清自身最在意與重視之需慾，理解此些需慾正是自己的最強烈之消費動機，以理性的規劃生活，達成這些需慾的滿足。

二、材料

1. 每人一張「人類生存需慾表」(如附件)。
2. 每組一張大字報，彩色筆一盒。

三、程序

1. 老師先講解「人類生存需慾表」的內容，可參考 Maslow 之「需求層級理論」。
2. 將學生 3~4 人分成一組，請每組討論：如果表中的各項需慾都是人們所追求的，行銷人員要如何設計全方位的行銷訴求來提升消費動機呢？
3. 每組將討論的內容記錄在大字報上。行銷訴求應逐項對應表中的各類需慾，越具體越好。例如：舉辦「歌友會」可滿足「社交慾」。
4. 請各組分享大字報，並投票選出最有吸引力的三項行銷訴求，再引導全班討論這三項行銷訴求之可行性。此時宜納入業者立場，如成本與效益分析。

四、附件：人類生存需慾表

人類生存需慾表

<p>求知慾 真理、智慧、成長</p>	<p>成就慾 創造、功成名就</p>	<p>表現慾 自尊、受肯定稱許</p>	<p>高層慾望</p>
<p>社交慾 友誼、同伴</p>	<p>慾望 需求</p>	<p>物慾 物質、金錢</p>	<p>中級慾望</p>
<p>性愛慾 愛情、性慾、情感</p>	<p>生命慾 健康、年輕、活力</p>	<p>食慾 美食、佳餚</p>	<p>基本慾望</p>