35-2:【ABC三個品牌】與【客戶偏好原因DEF】之間的關聯性】的【交叉分析報告】

1.【偏好原因 vs 品牌】交叉分析的三種定量百分比 第1種:欄位百分比(單獨分析【品牌】)

表1:偏好原因 vs 品牌的交叉分析表(欄位百分比)

	A牌	B牌	C牌	合計
1. 價格便宜	64.70%	9.10%	27.30%	36.00%
2. 品質優良	11.80%	72.70%	22.70%	30.00%
3. 外型美觀	23.50%	18.20%	50.00%	34.00%
總計	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

分析說明如下:

- 1. 單獨分析對象:【品牌】
- 2. 會想買A品牌的, 最多64.70%是因為價格便宜, 最少11.8%是因 為品質優良
- 3. 會想買B品牌的, 最多72.70%是因為品質優良, 最少9.1%是因為 價格便宜.
- 4. 會想買C品牌的, 最多50.0%是因為外型美觀, 最少22.7%是因為品質優良.

第2種:<mark>列</mark>百分比(單獨分析客戶的偏好原因)

表2:偏好原因 vs 品牌的交叉分析表(列百分比)

	A牌	B牌	C牌	合計
1. 價格便宜	61.10%	5.60%	33.30%	100.00%
2. 品質優良	13.30%	53.30%	33.30%	100.00%
3. 外型美觀	23.50%	11.80%	64.70%	100.00%
終計	34.00%	22.00%	44.00%	100.00%

分析說明如下:

- 1. 單獨分析對象:【客戶的偏好原因】
- 2. 在意價格便宜的客群, 最多61.1%會想買A品牌, 最少5.60%才會考慮B牌
- 3. 在意品質優良的客群, 最多53.3%會想買B品牌, 最少13.3%才會考慮A牌

4. 在意外型美觀的客群, 最多64.7%會想買C品牌, 最少11.8%才會考慮B牌

第3種:總計百分比(整體分析:偏好原因,品牌)

表3:偏好原因 vs品牌 的交叉分析表(總計百分比)

	A牌	B牌	C牌	合計
1. 價格便宜	22.00%	2.00%	12.00%	36.00%
2. 品質優良	4.00%	16.00%	10.00%	30.00%
3. 外型美觀	8.00%	4.00%	22.00%	34.00%
總計	34.00%	22.00%	44.00%	100.00%

分析說明如下:

- 1. 分析對象:整體去分析【偏好原因】,整體分析【品牌】
- 2. 整體分析偏好原因:最多36%在意價格便宜,其次是34%在意外形美觀,最少30%在意品質優良
- 3. 整體分析品牌:最多44%想買的是C品牌,其次是34%想買A品牌,最少22%買B品牌。