

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：列百分比(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%
總計	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%在意外型美觀，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。