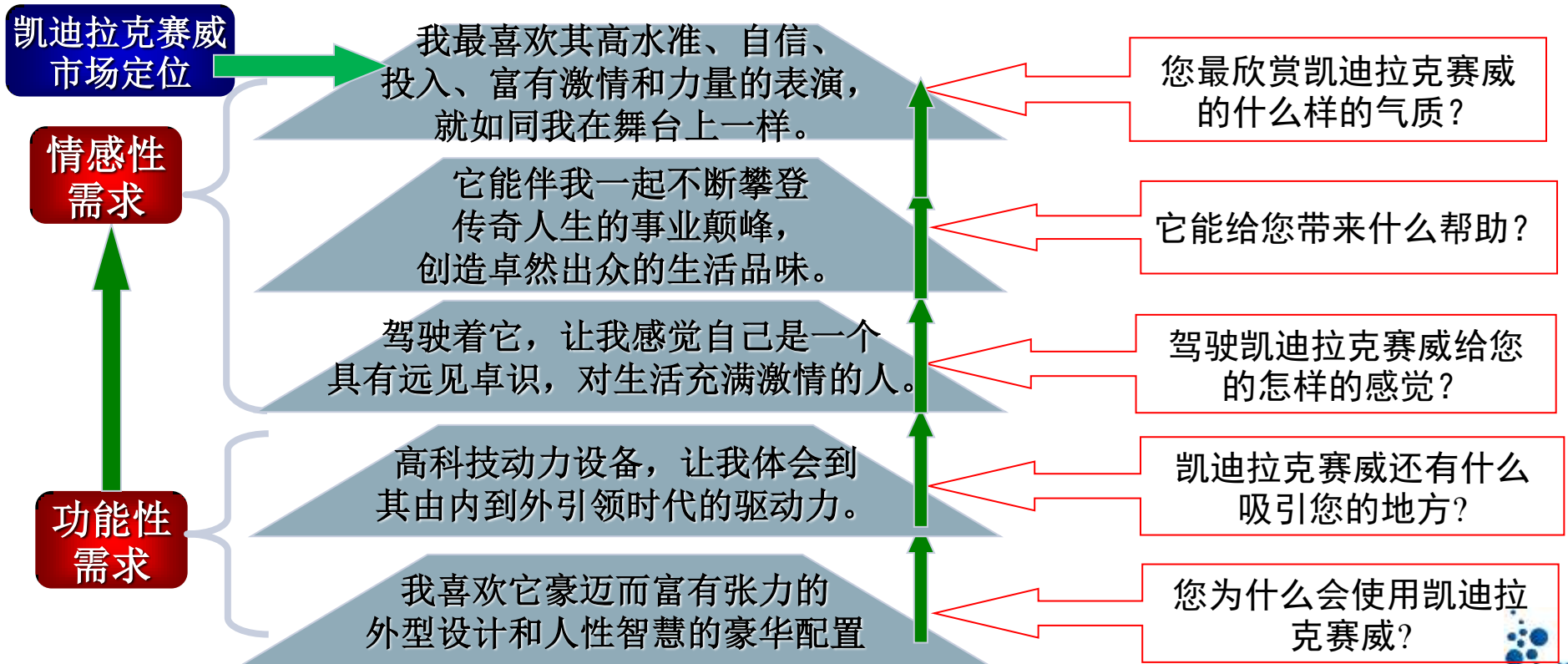


目的：了解Celine Dion驾驶凯迪拉克赛威的功能性与情感性需求，确定产品市场定位。

请问您为什么会把凯迪拉克赛威作为您的指定座驾？然后连续追问一系列问题？可以了解到**Celine Dion**使用凯迪拉克赛威的功能性和情感性需求。



- 在市场研究中图片响应技术的应用，通常是被访者被出示一系列的图片，由他选择出最有代表某个产品的图片，和最不能代表的图片，然后讲述一个故事来描述被访者的选择。
- 被访者在解释图片时，会充分表达其对产品特性的理解。
- 例如：选择以下人物，哪一个是使用该产品最多的人？





- 在第三人称技术中，被访者被放置于一个口头的或视觉的场景中，被问及相关的第三人称的观点和态度。
- 例如：“你是否害怕游泳”？很少有人回答是。“你是否认为你的邻居害怕游泳？”降低了被访者的防御感，然后就会得到真实的答案。
- 当答案回答“是”。那样，你就可以进一步探究原因了。