

多媒體商品展示系統介面文字語音及顯示特效的搭配對消費者影響之研究

張吉元、魏丕信

E-mail: 8603858@mail.dyu.edu.tw

摘要

商品展示系統(Kiosk)是目前及未來最有效的一種促銷工具,其功用是讓消費者在極短的時間內獲得商品的訊息,並產生深刻美好的印象.若將電腦多媒體技術導入商品展示系統中,更能增加企業的競爭優勢.本研究主要的目的是開發建構一個多媒體商品展示系統,透過人機介面中文字,語音旁白及一些顯示特效的搭配,了解不同介面呈現方式的組合(文字和語音旁白等量同步且文字不加顯示特效,文字和語音旁白等量同步而文字加上顯示特效,文字為主語音旁白為輔,語音旁白為主文字為輔等四種不同介面)對消費者瀏覽時間,記憶印象和介面喜好的影響.而本研究是以開發系統介面並且進行評估的實驗方式進行.實驗結果發現:不同的介面呈現方式對受測者瀏覽時間和記憶印象的影響有顯著差異.文字和語音旁白等量同步而文字加上顯示特效的介面,無論在消費者的瀏覽時間或對產品記憶印象的影響都顯著的比其他三種介面呈現方式成效佳.此外,大部分消費者對文字和語音旁白等量同步而文字加顯示特效的介面都有較高的喜好度.關鍵字:商品展示系統,人機介面,人性因素

關鍵詞: 商品展示系統; 人機介面; 人性因素

目錄

0

參考文獻

0