
Ipsos 推出 GLP-1 PersonaBot，協助企業掌握肥胖治療市場新動態

全球領先的市場研究機構[益普索 \(Ipsos\)](#) 正式推出最新 AI 工具 GLP-1 PersonaBot，協助企業深入理解肥胖治療市場的多元需求與趨勢。

GLP-1 PersonaBot 建構於 [Ipsos PersonaBot](#) 與 [Healthcare PersonaBot](#) 的技術架構之上。這兩項工具自 2024 年推出以來，已成功協助企業與 AI 模擬角色互動，模擬與目標消費族群對話的真實情境。

此次推出的 GLP-1 PersonaBot，運用益普索專屬 GenAI 平台，打造出**五位代表 GLP-1 核心消費族群的互動型角色**。這些角色以全球消費者肥胖調查 (Ipsos Global Consumer Obesity Monitor) 的分類模型為基礎，涵蓋多國 GLP-1 使用者與一般消費者的數據洞察*。

益普索肥胖與心血管代謝疾病監測負責人 (Head of Ipsos' Obesity & Cardiometabolic Disease Monitors) Roberto Cortese 表示：「在肥胖治療市場中，消費者本身通常也是付費者。因此，企業要能真正理解這些族群多元而複雜的需求，GLP-1 PersonaBot 正是一個將洞察轉化為具體行動的關鍵工具。它有潛力改變企業與市場對話的方式，成為企業進入這個高速成長市場的利器。」

這五位模擬角色在體重管理上有不同心態，從懷疑到接受，涵蓋對藥物的認知程度、使用動機與阻力，以及溝通偏好等多元面向。企業內部各部門皆可與這些角色互動、發問、並測試訊息，以即時獲得市場洞察。

GLP-1 PersonaBot 的應用不僅限於醫療產業，而是對所有觀察 GLP-1 所帶來市場變化的品牌皆具有價值，包含：

- 精準辨識高價值的消費族群並優先布局
- 優化產品研發與定位策略
- 加速創新產品進入市場

- 精準調整溝通策略與品牌聲音
- 為不同族群規劃最合適的通路
- 突破臨床數據框架，探索更貼近生活的消費驅動因素

GLP-1 PersonaBot 與 Healthcare PersonaBot 一樣，皆依循醫療法規規範進行開發。

***編者註**

關於全球消費者肥胖調查 (Ipsos Global Consumer Obesity Monitor)

這項調查自 2025 年第一季啟動，聚焦於一般民眾與 GLP-1 使用者，深入探討他們在行為、態度與觀念上的變化與洞察。

調查內容涵蓋體重管理方式、對於減重藥物 (包含 GLP-1s) 的認知與使用經驗，以及藥物對使用者日常生活、價值觀與消費行為的影響。資料提供給多方客戶使用，並依訂閱需求提供客製化的分析與成果報告。

此份資料目前涵蓋美國 (n=4,200)、中國 (n=1,400)、巴西 (n=1,000)、英國 (n=900) 與德國 (n=900) 等地的 GLP-1 使用者。未來波段的調查資料也將持續納入 GLP-1 PersonaBot 的虛擬角色分類中。

【給編輯的話】

1. 益普索市場研究股份有限公司 Ipsos

Ipsos 是全球頂尖的專業市場調查研究機構，在世界各地九十個國家及地區設有分公司，在挖掘顧客經驗，執行品牌行銷調查，我們具有創新的思維與運用最先進的科技。我們是世界頂尖企業執行長最信賴的企業顧問，我們也有熟悉各產業的專家協助測量、模擬和管理顧客與員工關係。此外，益普索是台灣唯一取得國際市場研究標準認證 ISO 20252 的市場研究機構。想瞭解更多益普索提供的專業市場調查服務，請瀏覽：<https://www.ipsos.com/en-tw>

2. 以上資料引用煩請註明資料來源 Ipsos 益普索

3. 新聞聯絡人

公關行銷專員 李姿誼 Amanda LEE
(02) 2701-7278 ext.306