

Психологія поведінки споживачів

Цей курс досліджує ключові аспекти поведінки споживачів, від сприйняття та прийняття рішень до мотивації та впливу соціальних факторів. Ми вивчатимемо, що спонукає людей здійснювати покупки та як бренди можуть краще розуміти та задовольняти потреби своїх клієнтів.

Що таке поведінка споживачів?

1 Вивчення мотивів
Чому люди купують певні товари та послуги? Що впливає на їхні рішення та вподобання?

2 Процес ухвалення рішень
Як споживачі збирають інформацію, оцінюють альтернативи та врешті-решт вирішують, що купити?

3 Вплив факторів
Яку роль відіграють особистість, культура, соціальні групи та маркетинг у поведінці споживачів?



Фактори, що впливають на поведінку споживачів

Особистісні

Вік, стать, дохід, освіта, цінності, стиль життя тощо.

Психологічні

Сприйняття, мотивація, ставлення, емоції, навчання.

Соціальні

Культура, субкультури, соціальні класи, референтні групи.

Сприйняття та ухвалення рішень споживачами

1

Увага

Споживачі звертають увагу на те, що привертає їх інтерес та відповідає їхнім потребам.

2

Сприйняття

Вони сприймають та інтерпретують інформацію, спираючись на свій досвід та очікування.

3

Ухвалення рішень

Врешті-решт, споживачі зважують усі фактори та обирають найкраще для себе рішення.



Мотивація та потреби споживачів

Фізіологічні

Базові потреби, такі як їжа, вода, сон.

Безпека

Потреба у захищеності, стабільності та порядку.

Соціальні

Потреба у приналежності, любові та прийнятті.

Самореалізація

Потреба у розвитку, досягненні успіху та самовираженні.





Особистість і стиль життя споживачів



Тип особистості

Екстраверти, інтроверти, сензитиви, інтуїтиви.



Стиль життя

Активний, консервативний, здоровий, технологічний.



Цінності

Досягнення, самовираження, престиж, безпека.

Соціальні та культурні ВПЛИВИ

1

Культура

Цінності, традиції, вірування, норми поведінки.

2

Соціальні класи

Відмінності у доходах, освіті, престижі, споживчих звичках.

3

Референтні групи

Вплив сім'ї, друзів, колег, ідолів на вподобання та рішення.



Емоції та почуття споживачів

Позитивні

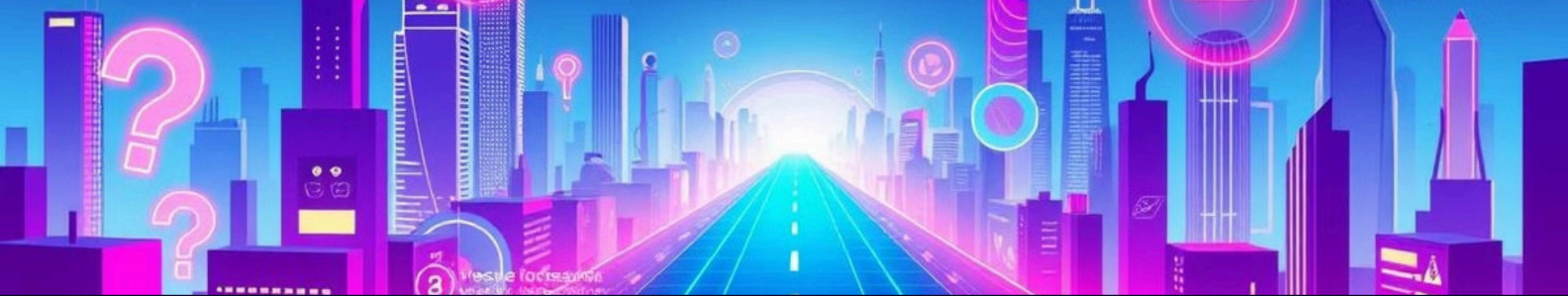
Радість, задоволення, гордість, захоплення.

Негативні

Страх, тривога, розчарування, гнів.

Вплив на поведінку

Емоції значно впливають на процес прийняття рішень та лояльність до бренду.



Процес ухвалення рішень про покупку

1

Усвідомлення потреби

Споживач відчуває нестачу чогось і потребує задоволення.

2

Пошук інформації

Збирання даних про наявні варіанти та їх оцінка.

3

Ухвалення рішення

Вибір найкращої альтернативи відповідно до власних критеріїв.



Висновки та рекомендації

- 1** Розуміння споживачів
Глибоке вивчення поведінки та мотивацій клієнтів є ключем до ефективного маркетингу.
- 2** Адаптація пропозицій
Компанії повинні постійно оновлювати свої товари та послуги відповідно до потреб споживачів.
- 3** Емоційний зв'язок
Створення міцних емоційних зв'язків із брендом допомагає завойовувати довіру та лояльність клієнтів.