

Essentials of Marketing

A Marketing Strategy
Planning Approach



Product



Place



Promotion



Price



Target



Marketing
Strategy



Marketing for
a Better World



Perreault

17th Edition

Cannon

McCarthy

Κεφάλαιο 5

Οι Τελικοί
Καταναλωτές και η
Αγοραστική
Συμπεριφορά τους



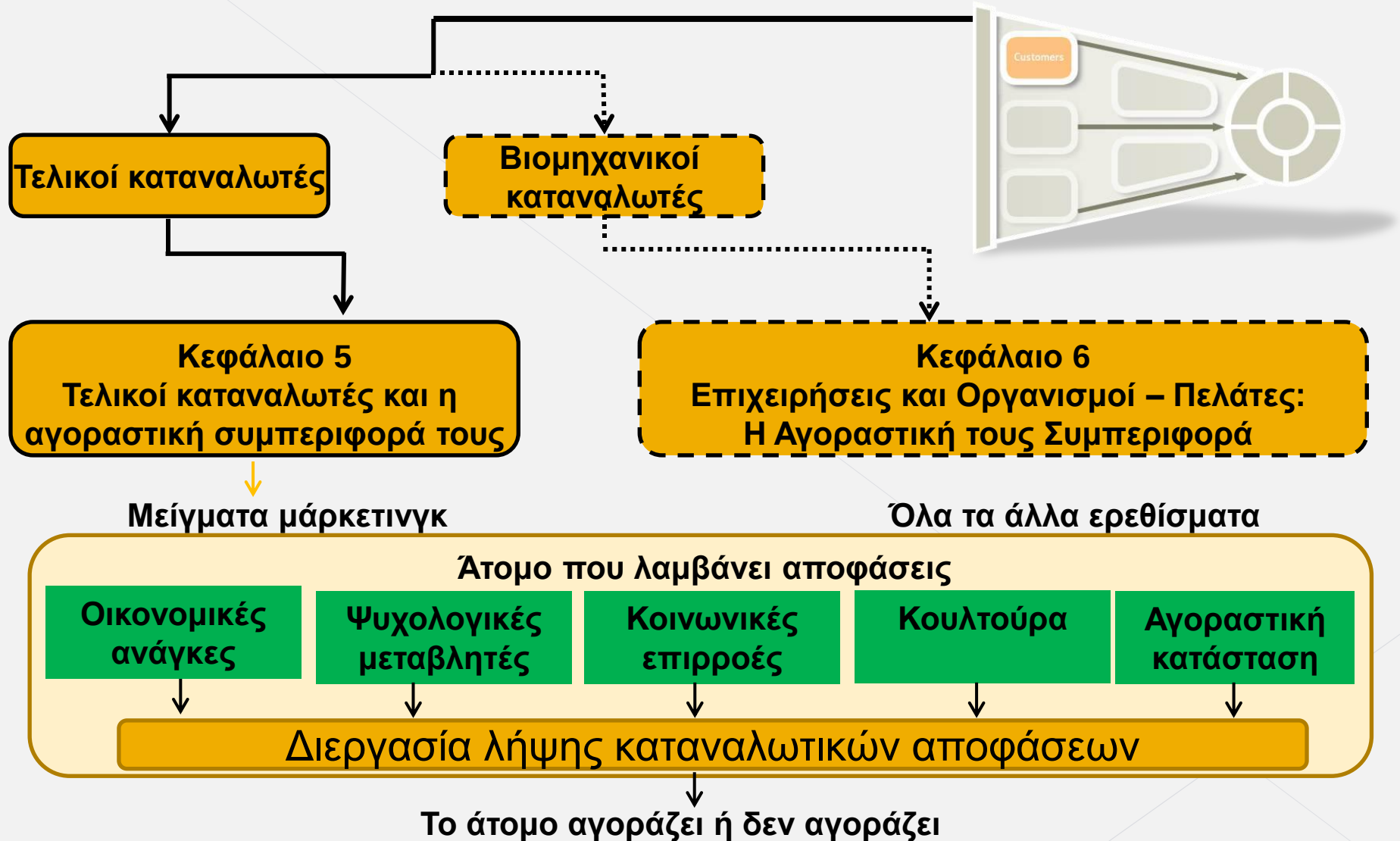
Στο τέλος αυτής της παρουσίασης θα είστε σε θέση να:

1. περιγράφετε πώς επηρεάζουν οι οικονομικές ανάγκες τη διεργασία λήψης αποφάσεων του αγοραστή,
2. καταλαβαίνετε πώς επηρεάζουν οι ψυχολογικές μεταβλητές την αγοραστική συμπεριφορά των μεμονωμένων καταναλωτών,
3. καταλαβαίνετε πώς επιδρούν οι κοινωνικές επιρροές στην αγοραστική συμπεριφορά των μεμονωμένων καταναλωτών,
4. περιγράφετε πώς επηρεάζουν η κουλτούρα και η εθνικότητα τη συμπεριφορά των καταναλωτών,

Στο τέλος αυτής της παρουσίασης θα είστε σε θέση να:

5. εξηγήσετε πώς τα χαρακτηριστικά της αγοραστικής κατάστασης επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή,
6. εξηγήσετε τη διεργασία λήψης αγοραστικών αποφάσεων που ακολουθούν οι καταναλωτές,
7. καταλαβαίνετε τους σημαντικούς νέους όρους.

Καταναλωτική Συμπεριφορά για τον Σχεδιασμό Στρατηγικής Μάρκετινγκ (Σχήμα 5-1)



Μοντέλο Επιρροών Στην Καταναλωτική Συμπεριφορά (Σχήμα 5-2)

Μείγματα μάρκετινγκ

Άτομο που λαμβάνει απόφαση↓

Οικονομικές ανάγκες

- Οικονομία αγοράς
- Ευκολία
- Αποδοτικότητα
- Αξιοπιστία

Ψυχολογικές μεταβλητές

- Παρακίνηση
- Αντίληψη
- Μάθηση
- Στάσεις
- Εμπιστοσύνη
- Τρόπος ζωής

Κοινωνικές επιρροές

- Οικογένεια
- Κοινωνική τάξη
- Ομάδες αναφοράς

Κουλτούρα & εθνικότητα

- Εθνικότητα
- Κουλτούρα
- Διεθνή

Αγοραστική κατάσταση

- Αιτία αγοράς
- Χρονική στιγμή
- Περιβάλλον χώρος

Διεργασία λήψης αποφάσεων καταναλωτή

Το άτομο αγοράζει ή δεν αγοράζει (ανταπόκριση)

Οι Οικονομικές Ανάγκες Επηρεάζουν τις Περισσότερες Αγοραστικές Αποφάσεις

**Οικονομικοί
αγοραστές**

Η απόφαση
αγοράς
βασίζεται σε

**Οικονομικές
ανάγκες**

**Οικονομία
αγοράς ή
χρήσης**

**Αποδοτικότητα
τα
λειτουργίας ή
χρήσης**

**Αξιοπιστία
χρήσης**

**Βελτίωση
απολαβών**

Ευκολία

Το Εισόδημα Επηρεάζει τις Ανάγκες



**Ικανότητα
ικανοποίησης
οικονομικών
αναγκών**

Ψυχολογικές Επιρροές Μεμονωμένου Ατόμου

Ανάγκες

Επιθυμίες

Κίνητρα

Οι καταναλωτές αναζητούν οφέλη για να αντιστοιχίσουν ανάγκες και επιθυμίες

Η Πυραμίδα Ιεράρχησης Αναγκών (Σχήμα 5-4)



ΕΛΕΓΞΤΕ ΤΙΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΑΣ

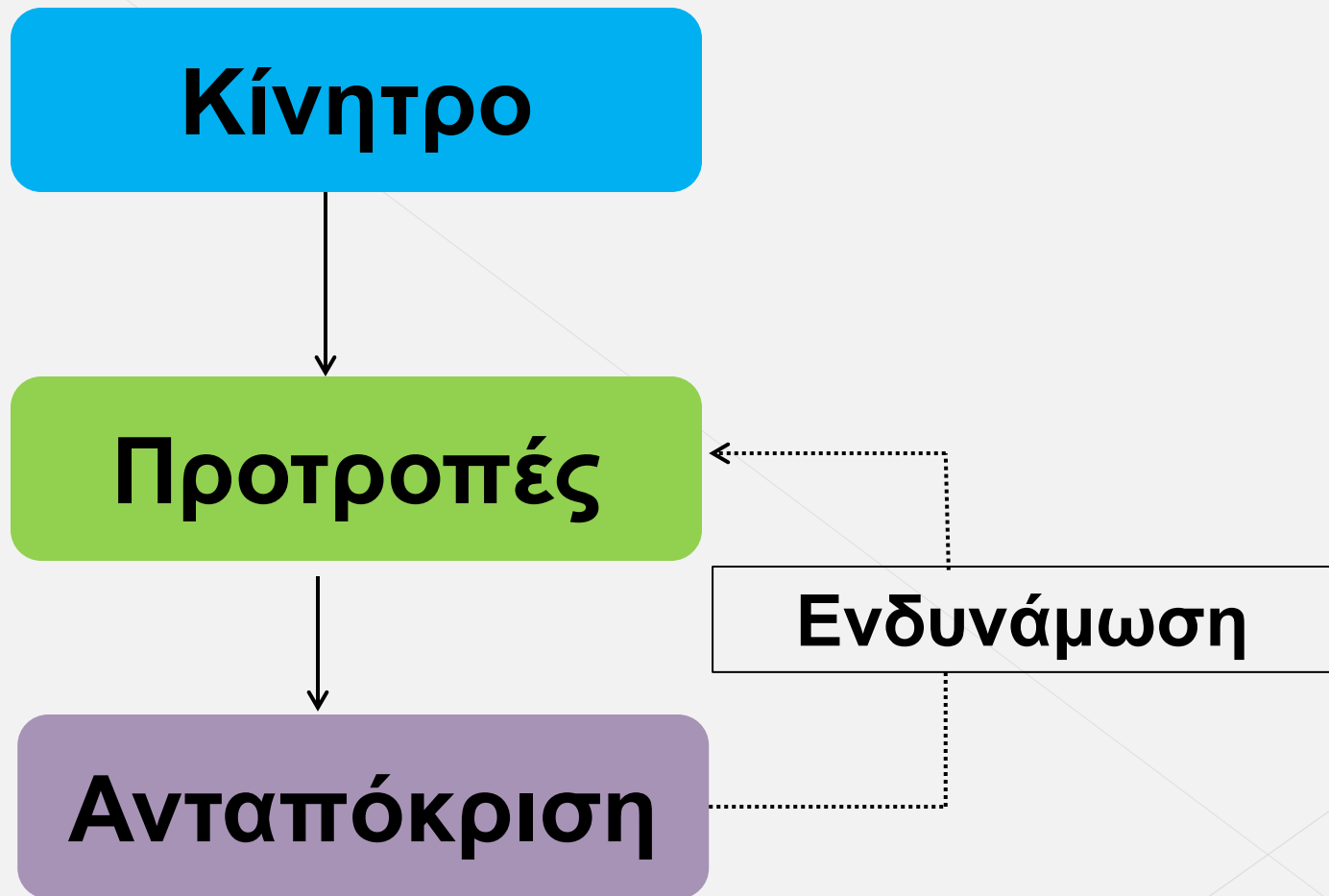
Η επιμονή ενός ατόμου να αγοράζει αφρόλουτρο Johnson & Johnson για το παιδί του, μπορεί να οριστεί ως:

- A. Κοινωνική ανάγκη
- B. Επιθυμία
- C. Ανάγκη ασφάλειας
- D. Κίνητρο
- E. Ψυχολογική ανάγκη

#M4BW: Αντίληψη ανάγκης



Η μαθησιακή διεργασία (Σχήμα 5-5)



Οι Νοοτροπίες Σχετίζονται Με Την Αγορά



Το Ψυχογράφημα Εστιάζει Στις Δραστηριότητες, Τα Ενδιαφέροντα, Τις Γνώμες

Δραστηριότητες

Ενδιαφέροντα

Γνώμες



Διαστάσεις του Τρόπου Ζωής (Σχήμα 5-6)

Διάσταση	Παραδείγματα		
Δραστηριότητες	Εργασία Χόμπι Κοινωνικές εκδηλώσεις	Διακοπές Ψυχαγωγία Λέσχες μελών	Πλοήγηση στο Διαδίκτυο Ψώνια Γυμναστική
Ενδιαφέροντα	Οικογένεια Σπίτι Εργασία	Κοινότητα Αναψυχή Μόδα	Τροφή Μέσα (media) Επιτεύγματα
Γνώμες	Προσωπικά Κοινωνικά θέματα Πολιτική	Επιχειρήσεις Οικονομία Εκπαίδευση	Προϊόντα Μέλλον Κουλτούρα
Δημογραφικά	Εισόδημα Ηλικία Κύκλος ζωής οικογένειας	Γεωγραφική περιοχή Εθνικότητα Τόπος διαμονής	Επάγγελμα Μέγεθος οικογένειας Μόρφωση

Οι Κοινωνικές Επιρροές Επιδρούν Στην Καταναλωτική Συμπεριφορά

Κύκλος ζωής οικογένειας

Αποδοχή νέων ιδεών από νεαρά άτομα

Αναπτυσσόμενη αγορά αδέσμευτων

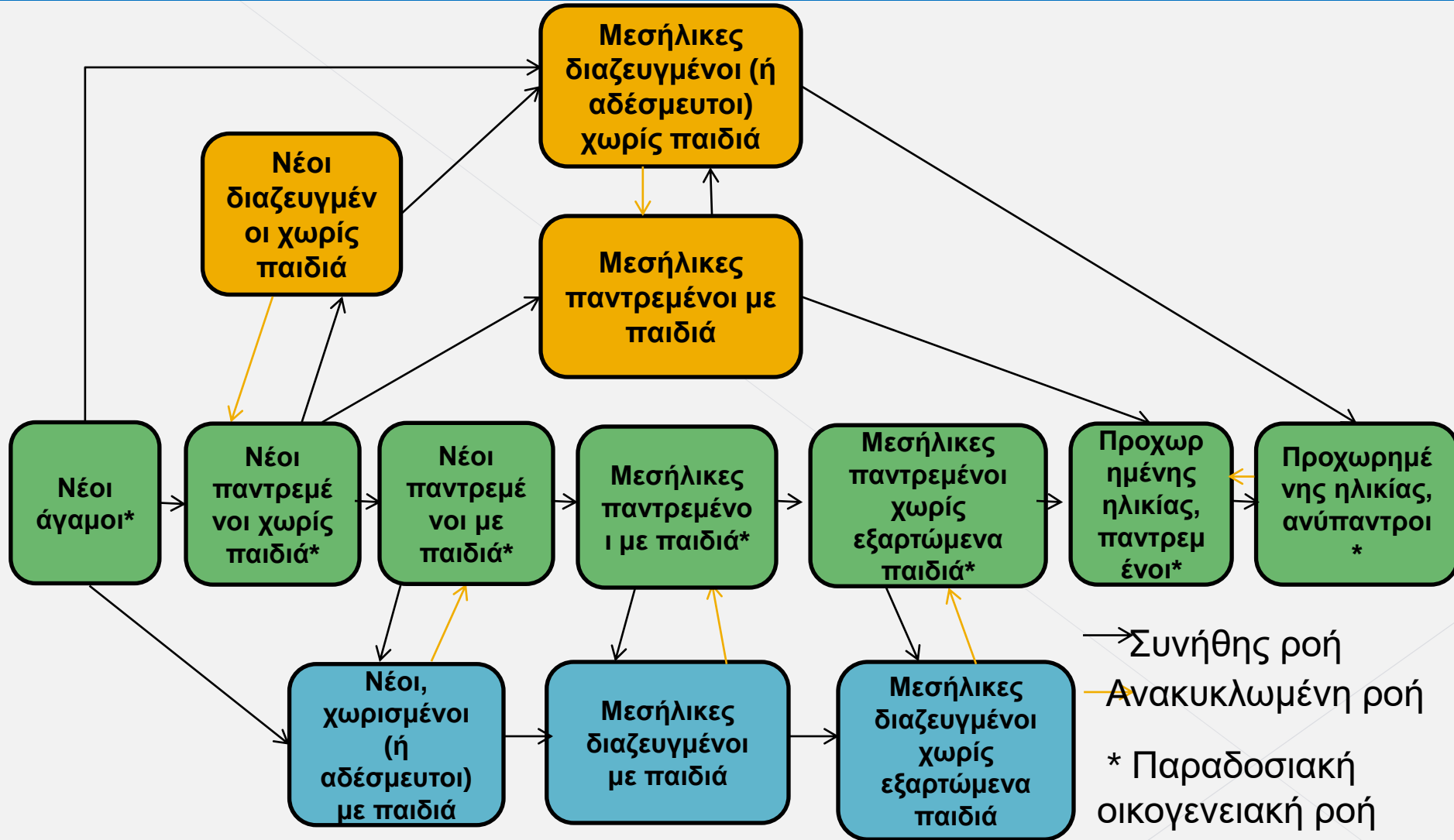
Ανακατανομή εφήβων

Γονείς που τα παιδιά τους έχουν μεγαλώσει και φύγει από το σπίτι

Άτομο που λαμβάνει τις αποφάσεις

Κοινωνικές
επιρροές

Ο Κύκλος Ζωής της Οικογένειας Επηρεάζει τις Ανάγκες (Σχήμα 5-7)



ΕΛΕΓΞΤΕ ΤΙΣ ΓΝΩΣΕΙΣ ΣΑΣ

Ένα ταξιδιωτικό γραφείο διαφημίζει πακέτα πολυτελών διακοπών σε διάφορους προορισμούς του κόσμου. Τα πακέτα περιλαμβάνουν διανυκτερεύσεις σε πολυτελή θέρετρα και υπηρεσίες σε χλιδάτα σπα. Ποια από τις παρακάτω πελατειακές βάσεις είναι ο πιθανότερος στόχος του ταξιδιωτικού γραφείου;

- A. Έφηβοι
- B. Ανύπαντροι γονείς
- Γ. Μεσήλικες παντρεμένοι με παιδιά
- Δ. Μεσήλικες παντρεμένοι χωρίς εξαρτώμενα παιδιά
- Ε. Νεαροί παντρεμένοι με παιδιά

Απλές Προσεγγίσεις Για Τη Μέτρηση Της Κοινωνικής Τάξης Στις ΗΠΑ



Επάγγελμα



Μόρφωση



**Τύπος
κατοικίας**



**Τοποθεσία
κατοικίας**

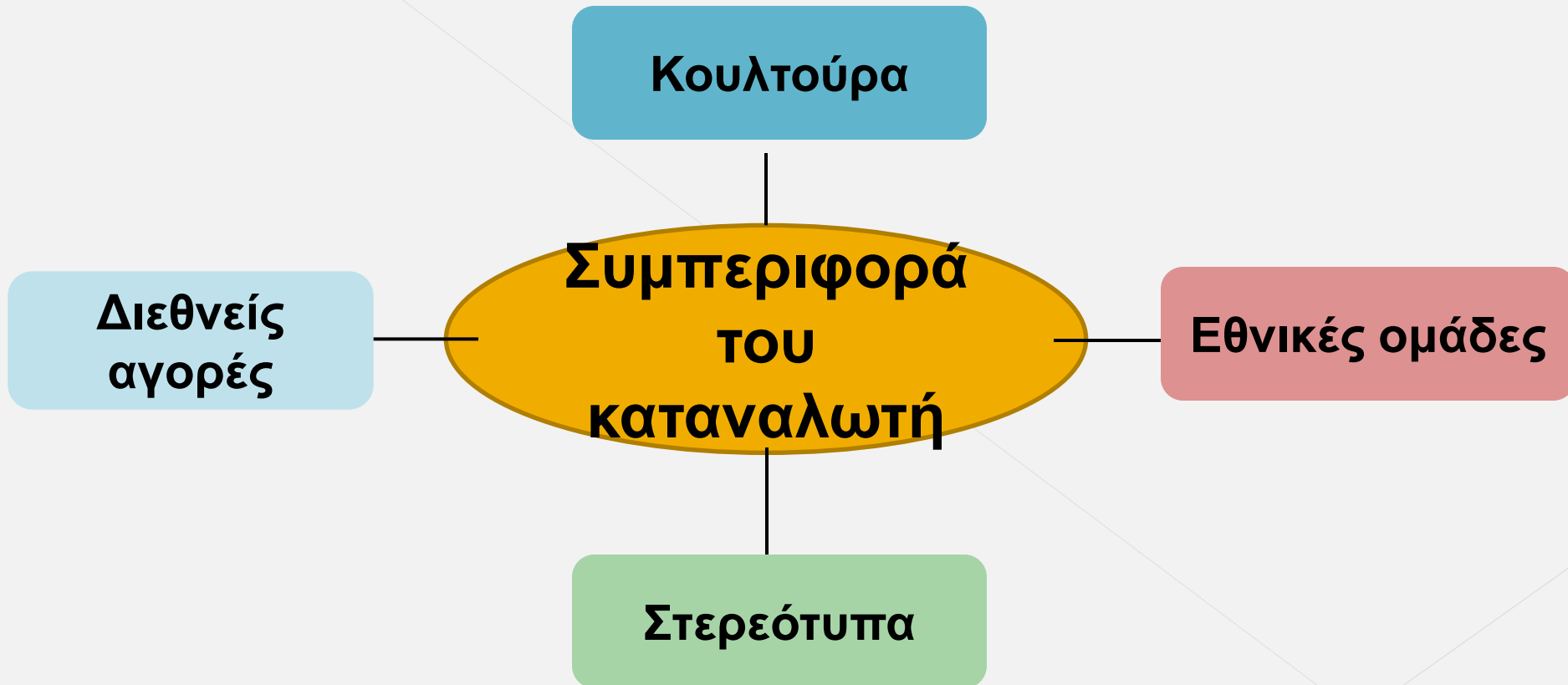
Το εισόδημα δεν είναι ο βασικός καθοριστικός παράγοντας

Άλλες Κοινωνικές Επιρροές

Ομάδες αναφοράς

Διαμορφωτές γνώμης

Κουλτούρα, Εθνικότητα, Και Συμπεριφορά Του Καταναλωτή



Η Συμπεριφορά Του Καταναλωτή Σε Διεθνείς Αγορές



Source : Goya Foods, Inc



Source: Nestlé S.A

Τα Άτομα Επηρεάζονται Από Την Κατάσταση Της Αγοράς

**Λόγος
αγοράς**

**Διαθέσιμος
χρόνος**

**Φυσικό
περιβάλλον**

Διευρυμένο Μοντέλο Καταναλωτικής Συμπεριφοράς (Σχήμα 6-7)

Μείγματα
μάρκετινγκ

Όλα τα άλλα
ερεθίσματα

Άτομο που λαμβάνει αποφάσεις

Οικονομικές
ανάγκες

Ψυχολογικές
μεταβλητές

Κοινωνικές
επιρροές

Κουλτούρα &
εθνικότητα

Αγοραστική
κατάσταση

Διεργασία λήψης καταναλωτικών αποφάσεων

Επίγνωση
της
ανάγκης

Τυπική ανταπόκριση

Απόφαση
αγοράς

Εμπειρία
μετά την
αγορά

Επίλυση προβλημάτων

- Αναζήτηση πληροφοριών
- Εντοπισμός εναλλακτικών
- Καθορισμός κριτηρίων
- Αξιολόγηση εναλλακτικών

Αναβολή απόφασης

Ανατροφοδότηση με βάση την εμπειρία

Επίλυση Προβλημάτων Καταναλωτή (Σχήμα 5-9)



Περιορισμένη ή Εκτεταμένη Επίλυση Προβλημάτων



Το Συνεχές της Επίλυσης Προβλημάτων (Σχήμα 5-10)

Χαμηλή ανάμειξη
Συχνές αγορές
Μικρό κόστος
Μικρός κίνδυνος
Απαιτούνται λίγες πληροφορίες

Υψηλή ανάμειξη
Σπάνιες αγορές
Μεγάλο κόστος
Υψηλός κίνδυνος
Απαιτούνται πολλές πληροφορίες

Συμπεριφορά
τυποποιημένης
ανταπόκρισης

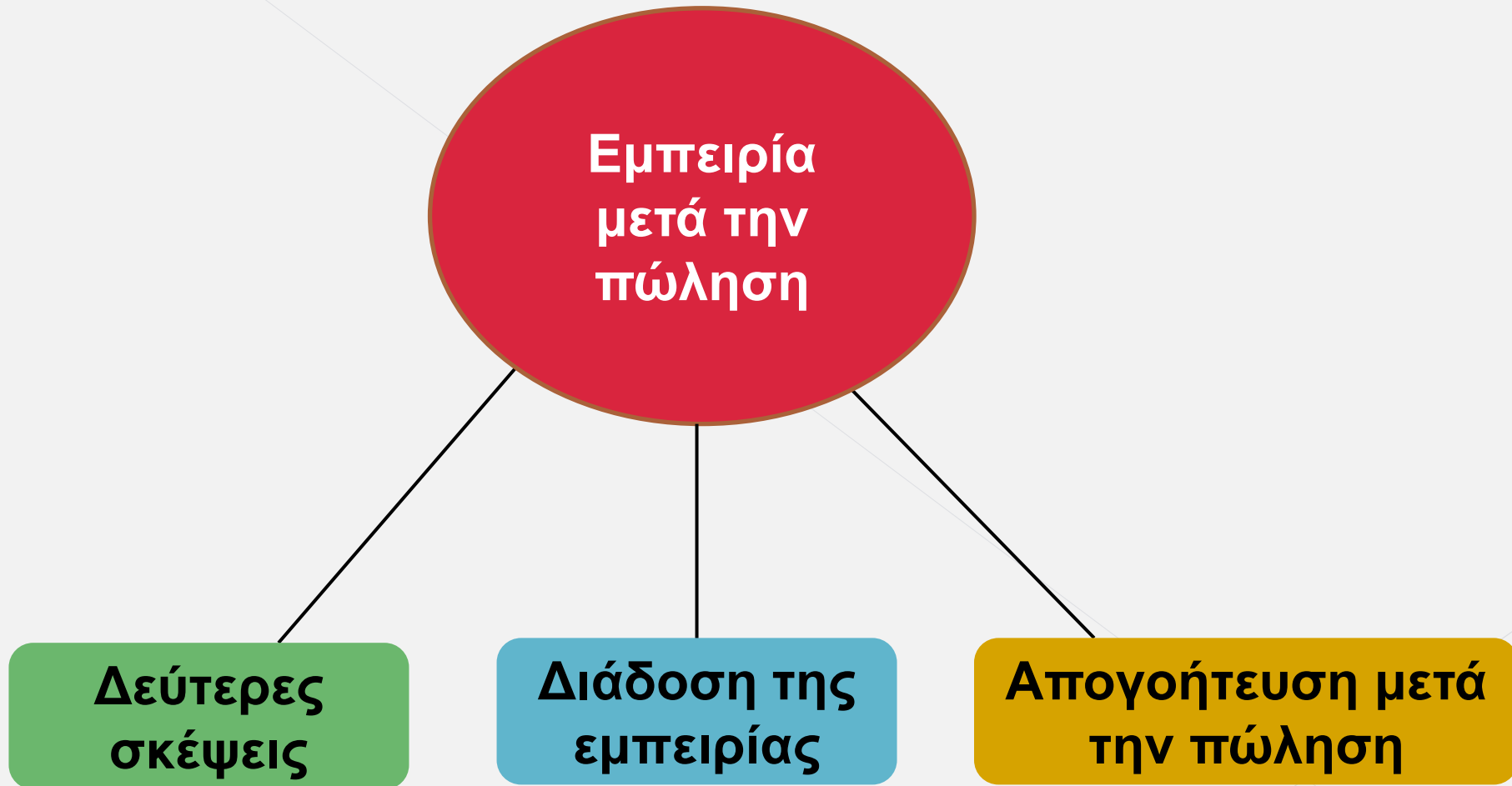
Περιορισμένη
επίλυση
προβλημάτων

Εκτεταμένη
επίλυση
προβλημάτων

Χαμηλή ανάμειξη

Υψηλή ανάμειξη

Εμπειρία Μετά Την Πώληση



Προγνωστική Ανάλυση



Βήματα Διεργασίας Υιοθέτησης



**Η
δυσαρμονία
μπορεί να
ξεκινήσει
μετά την
απόφαση!**

Λέξεις-Κλειδιά

- Οικονομικοί αγοραστές
- Οικονομικές ανάγκες
- Διαθέσιμο εισόδημα
- Ανάγκες
- Επιθυμίες
- Κίνητρο
- Φυσιολογικές ανάγκες
- Ανάγκες για ασφάλεια
- Κοινωνικές ανάγκες
- Προσωπικές ανάγκες
- Αντίληψη
- Επιλεκτική έκθεση
- Επιλεκτική αντίληψη
- Επιλεκτική μνήμη
- Μάθηση
- Προτροπές
- Ανταπόκριση
- Ενδυνάμωση
- Στάση
- Πεποίθηση

Λέξεις-Κλειδιά

- Προσδοκία
- Εμπιστοσύνη
- Ψυχογράφημα
- Ανάλυση τρόπου ζωής
- Οικογένειες που τα παιδιά έχουν μεγαλώσει κι έχουν φύγει από το σπίτι
- Κοινωνική τάξη
- Ομάδα αναφοράς
- Διαμορφωτής γνώμης
- Κουλτούρα
- Κατάσταση αγοράς
- Εκτεταμένη επίλυση προβλημάτων
- Περιορισμένη επίλυση προβλημάτων
- Συμπεριφορά τυποποιημένης ανταπόκρισης
- Αγορές χαμηλής ανάμειξης
- Δυσαρμονία
- Προγνωστική ανάλυση
- Διεργασία υιοθέτησης