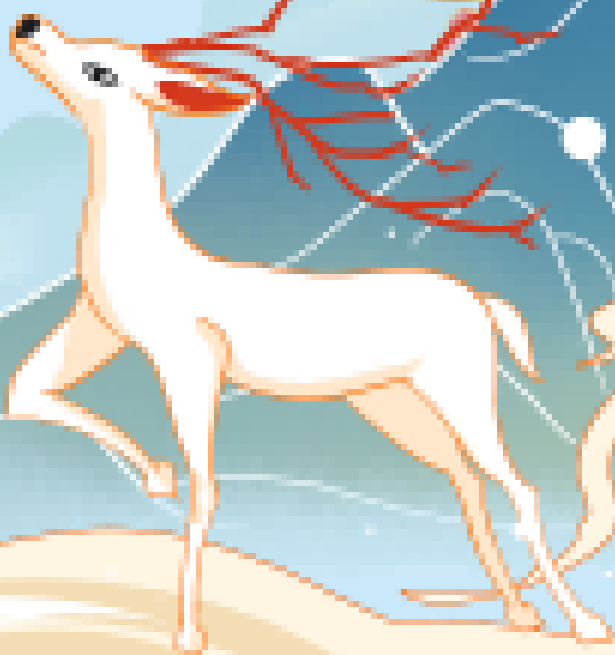


# 《消费者决策过程》PPT课件

创作者：XX  
时间：2024年X月

# 目录

- 第1章 消费者决策过程概述
- 第2章 消费者需求识别
- 第3章 信息搜索
- 第4章 评估替代品
- 第5章 购买决策
- 第6章 消费后行为



● 01

# 第1章 消费者决策过程概述



The background features a minimalist landscape with a red sun in the upper left, several layers of grey mountains in the background, and a few small birds flying in the sky. The overall style is clean and modern.

## 了解消费者决策过程

消费者决策过程是指消费者在购买商品或服务时所经历的一系列心理过程，包括需要识别、信息搜索、评估替代品、购买决策和后购买行为等。这个过程可以影响消费者最终的购买行为及对产品的态度。

# 消费者决策过程的重要性



## 提升销售额

了解消费者决策过程有助于企业更好地推广产品和服务，提升销售额。

## 满足自身需求

了解消费者决策过程有助于消费者更明智地进行购买决策，满足自身需求。



## 01 个体因素

个体因素包括经济状况、个人喜好等，对消费者决策过程有重要影响。

## 02 社会因素

社会因素如文化、家庭背景等也会影响消费者的购买决策。

## 03 市场因素

市场因素包括产品价格、促销活动等，会影响消费者的购买行为。



# 消费者决策过程的影响因素



## 个体因素

经济状况  
个人喜好

## 社会因素

文化  
家庭背景

## 市场因素

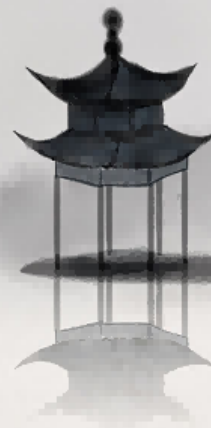
产品价格  
促销活动

## 心理因素

情感需求  
认知偏差

# 消费者决策过程

了解消费者决策过程是企业推广产品和服务的关键，也是消费者进行明智购买决策的基础。消费者决策过程的影响因素多种多样，综合考虑这些因素可以更好地理解和预测消费者行为。





## 第二章 消费者需求识别





永  
軸  
幸

## 01 生理需求

食物、水、睡眠等基本需求

## 02 安全需求

对安全环境和安全感的需求

## 03 社交需求

与他人互动、建立关系的需求



# 需求识别的内在驱动力



## 生理需求

食物、水、空气等基本需求  
满足身体需要的必要条件

## 安全需求

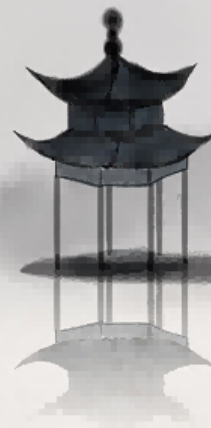
对安全环境和安全感的需求  
保障个人和财产安全

## 社交需求

与他人互动、建立关系的需求  
寻找社交支持和认同感

# 需求识别的外在影响

除了内在驱动力，消费者的需求识别还受到外在因素的影响，如广告、社交媒体、朋友推荐等。这些因素可以促进消费者意识到特定的需求，并影响其决策过程。





永  
舫  
幸

## 01 广告

通过刺激消费者的视觉、听觉等感官来塑造需求

## 02 社交媒体

朋友圈、社交平台上的推荐和分享对消费者影响巨大

## 03 朋友推荐

朋友、家人或同事的推荐对消费者的需求识别产生重要影响



# 第3章 信息搜索



The background features a minimalist landscape with a red sun in the upper left, several layers of grey mountains in various shades, and several small black birds in flight. The overall style is clean and modern.

## 信息搜索的重要性

信息搜索是消费者决策过程中非常关键的一步，消费者需要寻找和收集关于产品或服务的信息，以便做出更好的购买决策。

# 信息搜索的渠道

## 互联网

包括搜索引擎、电商平台等

## 口碑传播

朋友推荐、线下口碑传播

## 实体店铺

展示产品特点、品牌形象

## 社交媒体

通过社交平台获取他人的购买经验







永  
舫  
幸

## 01 信息过载

获取大量信息导致混乱

## 02 信息真实性

难以判断信息的真实性

## 03 信息来源不明

不清楚信息的来源



# 信息搜索的筛选能力



## 信息过载

有目的地筛选关键信息

## 信息真实性

验证信息来源的可信度

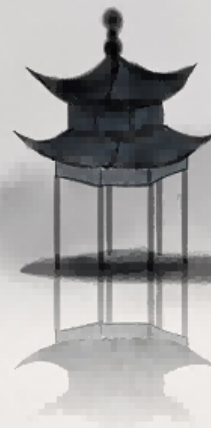
## 信息来源不明

寻找可靠的信息渠道

# 结语



信息搜索对消费者决策过程至关重要，消费者需要在众多信息中进行有效筛选，确保选择最适合自己的产品或服务。



以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：  
<https://d.book118.com/407004152002006062>