

电子商务平台用户 购物决策行为研究

汇报人：文小库

2024-11-26



- 电子商务平台与用户购物决策
- 影响用户购物决策的因素
- 电子商务平台营销策略对用户购物决策的影响
- 电子商务平台用户体验优化与用户忠诚度提升
- 电子商务平台用户购物决策行为研究的商业价值



PART

01

电子商务平台与用户购物决策

电子商务平台概述



平台定义

电子商务平台是为买卖双方提供在线交易环境和服务的第三方平台。

平台类型

根据交易对象和运营模式的不同，电子商务平台可分为B2B、B2C、C2C、O2O等多种类型。

平台功能

电子商务平台具备商品展示、交易撮合、支付结算、物流配送、售后服务等多种功能，为用户提供全方位的购物体验。

用户购物决策过程分析

需求识别

用户在购物前需明确自身需求，包括购买商品的类型、数量、预算等。

信息搜索

用户通过电子商务平台搜索相关商品信息，包括价格、品质、口碑等，以便进行后续的比较和选择。

方案评估

用户根据自身需求和搜索到的信息，对多个购买方案进行评估和比较，确定最优购买方案。



用户购物决策过程分析



购买决策

用户最终选择某个商品或服务，并完成购买行为。在购买过程中，用户可能会受到平台促销、用户评价等多种因素的影响。

购后评价

用户完成购买后，会对购买的商品或服务进行评价，包括质量、性价比、服务态度等方面。这些评价将影响其他用户的购买决策，同时也会对电子商务平台的服务质量和口碑产生影响。

PART

02

影响用户购物决策的因素

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/425122034201012003>