

# 消费心理学 卖拐

*Vintage style*

## Cute

*Vintage ♥ Vintage*

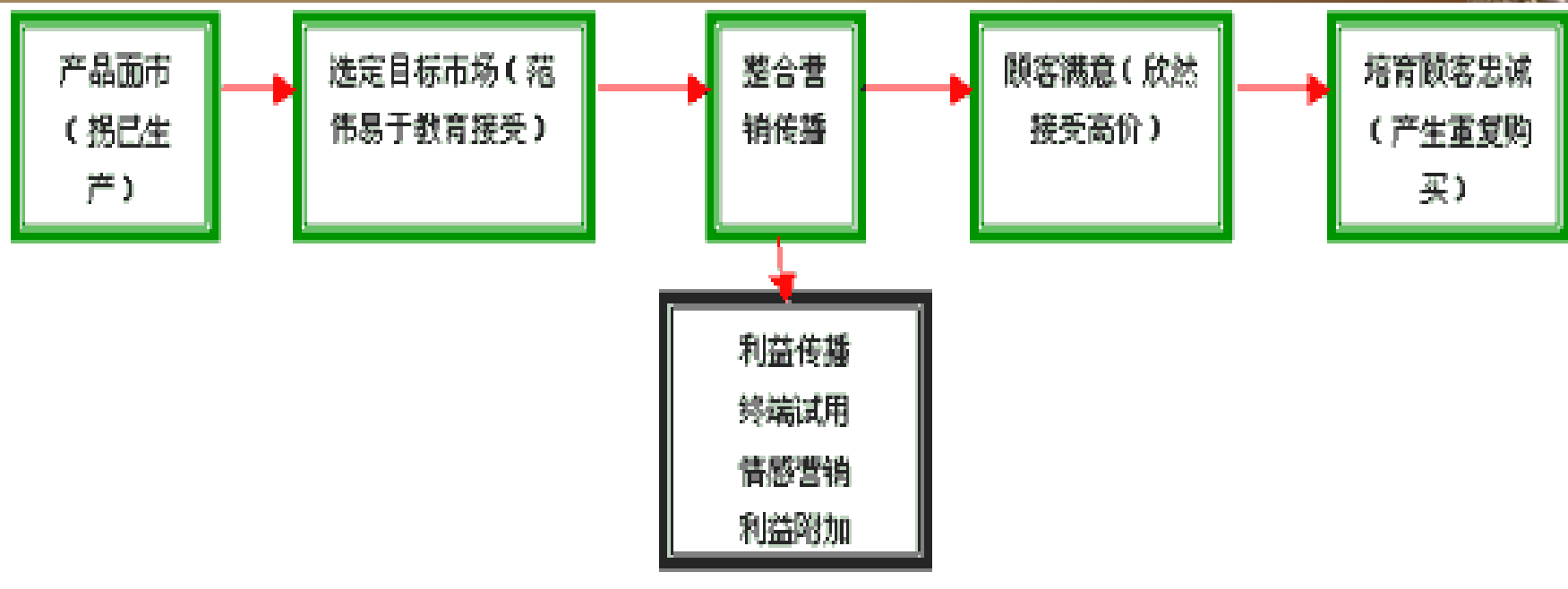
Add your text here and write down your opinion thank you add  
your text here

# 小品：幽默中的消费者心理学

- 赵本山小品赏析



- 小品剧涉及了三个角色一支拐：作为卖方的赵本山和高秀敏，作为买方的消费者范伟，拐是唯一的产品也是整个案例的焦点所在。这看上去是一个简单的卖方市场模型，实际上却是过剩市场创造需求的一个模型，即产品没有按照消费者需求生产，通过教育消费、培育市场而硬是把没有需求的产品卖了出去，博得消费者的满足和认同，并促成下一次市场机会。整体过程如下所示：







# 课程研究对象

- 消费者
- 消费者心理：心理过程、心理特征
- 消费者心理与营销策略选择



# 教学方式

教什么：基本原理、方法和应用；更多是观念、意识、思路、思想层面的更新，特别是学以致用，应用为主，而不是讲究纯粹理论。

如何教：课堂讲授；电影（视）教学；游戏教学；案例讨论。

如何学？



# 教学要求

- 课后阅读相关的参考资料，完成教材课后复习题。
- 培养学生的创造能力，建立思维框架。
- 教学方式辅以小组讨论，要求学生多思考，多讨论，积极发表自己的见解，尽量在课堂上消化理解所学的内容，如有问题，可以随时发问。



# 课堂纪律

- OPEN；开放你的头脑：上课要积极思考、发言，多主动发表见解。
- CLOSE；关闭你的手机、BP机，不准讨论与课堂无关的事情。
- 完成教师布置的作业。
- 每学期点名3次，一次不到扣10分，二次扣20分，三次不到不得参加期末考试。





# 主要内容

- 1、概述
- 2、消费者心理学基本理论
- 3、消费者个性心理特征
- 4、消费者购买动机分析
- 5、消费者购买过程分析



- 6、消费者群体的心理分析
- 7、消费者购买的影响因素分析
- 8、营销策略选择与消费者心理分析
- 9、消费者心理调研分析



# 课程大作业（一）

- 性质：小组作业
- 内容：在校大学生XX消费的消费心理和行为分析
- 方式：每10人组成一个小组，通过文献检索、实地访谈、问卷调查等方式对在校大学生的相关消费项目（如：手机消费、娱乐消费、餐饮消费等）的消费心理和行为展开调查，最后形成调查报告。





# 课程大作业（一）

- 成果：每个小组形成ppt演示报告向全班同学汇报。
- 进度安排：
  - 第5周：提交分组名单和项目主题
  - 第6周-9周：按组实施完成各自项目
  - 第10-11周：汇报成果



# 热身 (warm up) 问题讨论

(1) 某女性买口红时的需要仅仅就是口红吗?  
? =

(2) 如何说服和尚买梳子? =



1、美丽、动人、满意、希望、体验、内心共鸣等。

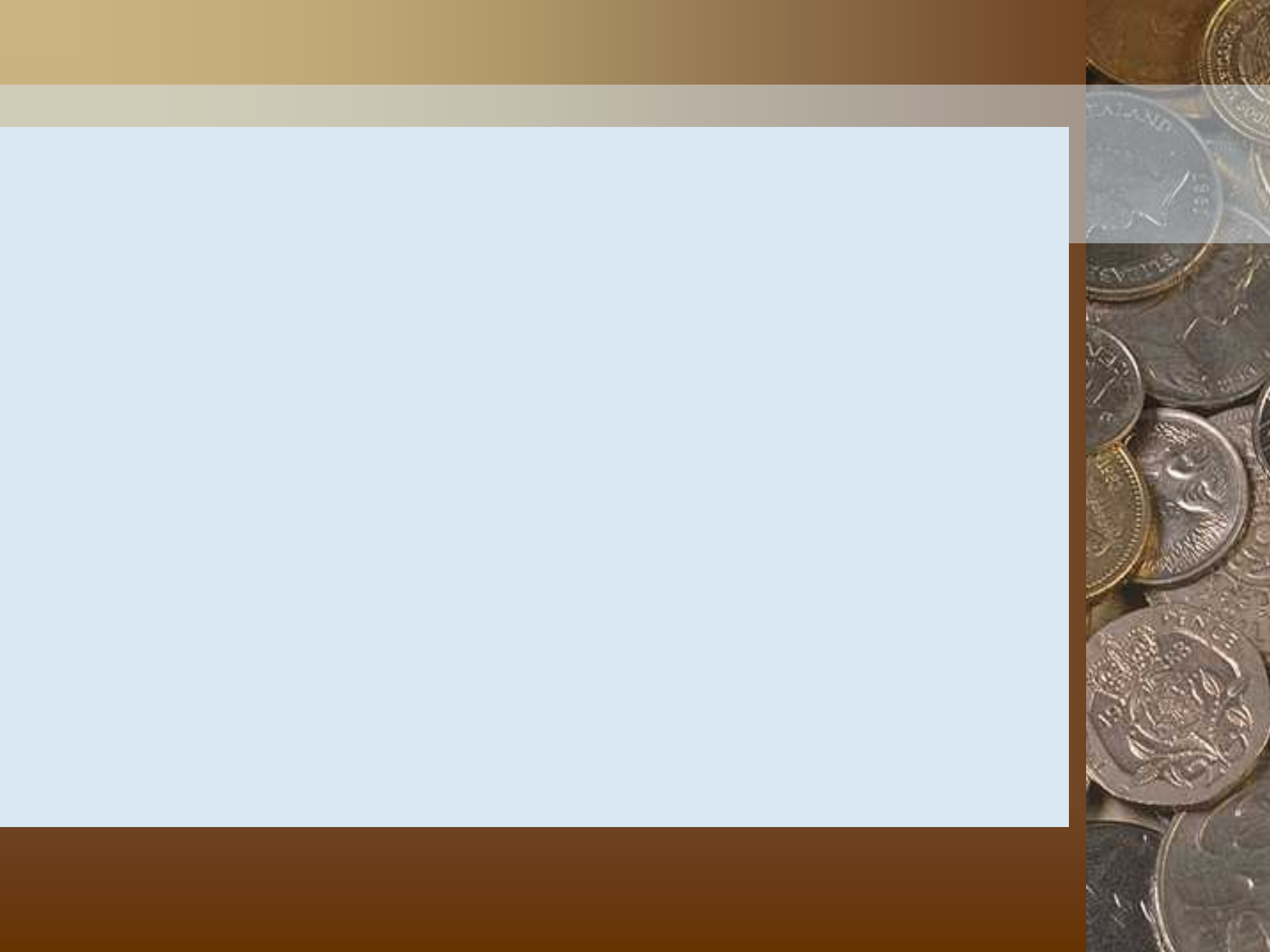
AVON对消费者说：“在工厂里我们生产化妆品，在商店里我们销售希望。”

NIKE对消费者说：“JUST DO IT”。

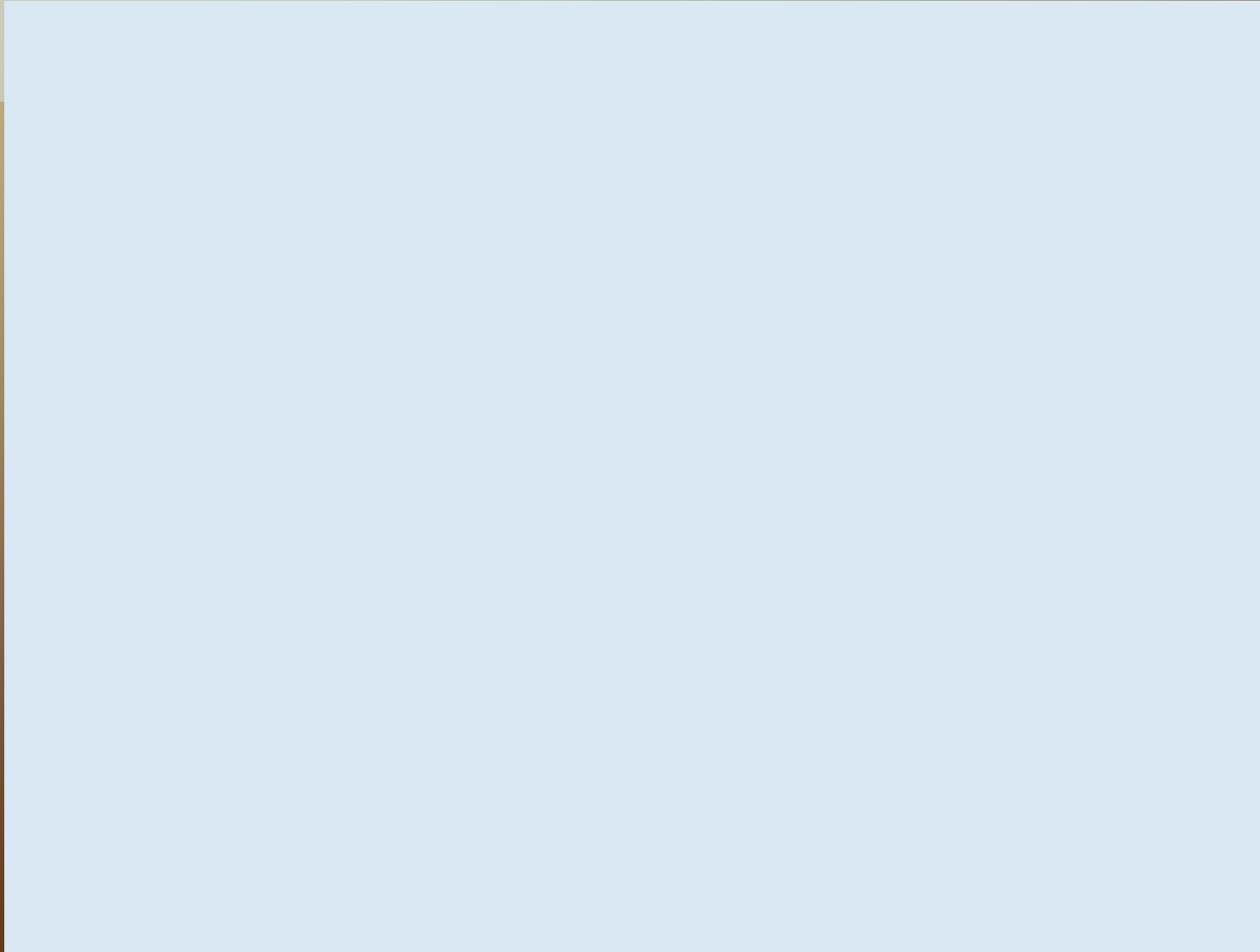
牛排推销员埃尔默说：“我不是在推销牛排，而是在推销牛排在铁板上煎炸的滋滋声。”

星巴克咖啡









2、积善梳子、纪念品、收藏品、送人、功能开发等。

和尚买梳子问题说明：变换角度看顾客；在设法变普通梳子为和尚梳子以增加附加值的同 时，还应该寻找企业与顾客利益的共同点并进行有效的整合。







# 第一章 概述

# 消费社会的兴起

消费是人类最基本的活动之一，而且具有终极意义。

随着生产力的发展，人类社会逐渐进入消费社会。与农业社会贫乏的物质资料相反，现代社会特别是现代城市中的居民，被丰盛的系列化的或杂乱无章的商品和服务所包围、所诱惑。

在人们的消费活动中，既会追求能带来感官刺激和物质享受的产品，也会追求只具有象征意义或符号化的产品。拜金主义、物质主义、消费主义逐渐成为具有主流地位的思想意识；获取收入，积极消费，从消费中获取快乐成了现代社会的重要行为特征。

企业是与消费活动关系最为密切的非消费群体，它们在“盘算”消费者的心理和行为问题方面最为积极。



# 一、消费、消费者与消费者心理

## (一) 1、消费

广义消费概念，是指人类为了某种目的消耗各种资源的过程。资源包括：（1）人类生存环境中的任何物质和能量；（2）经过人类劳动作用过各种物质产品、劳务、信息等等。



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/528115056073006047>