

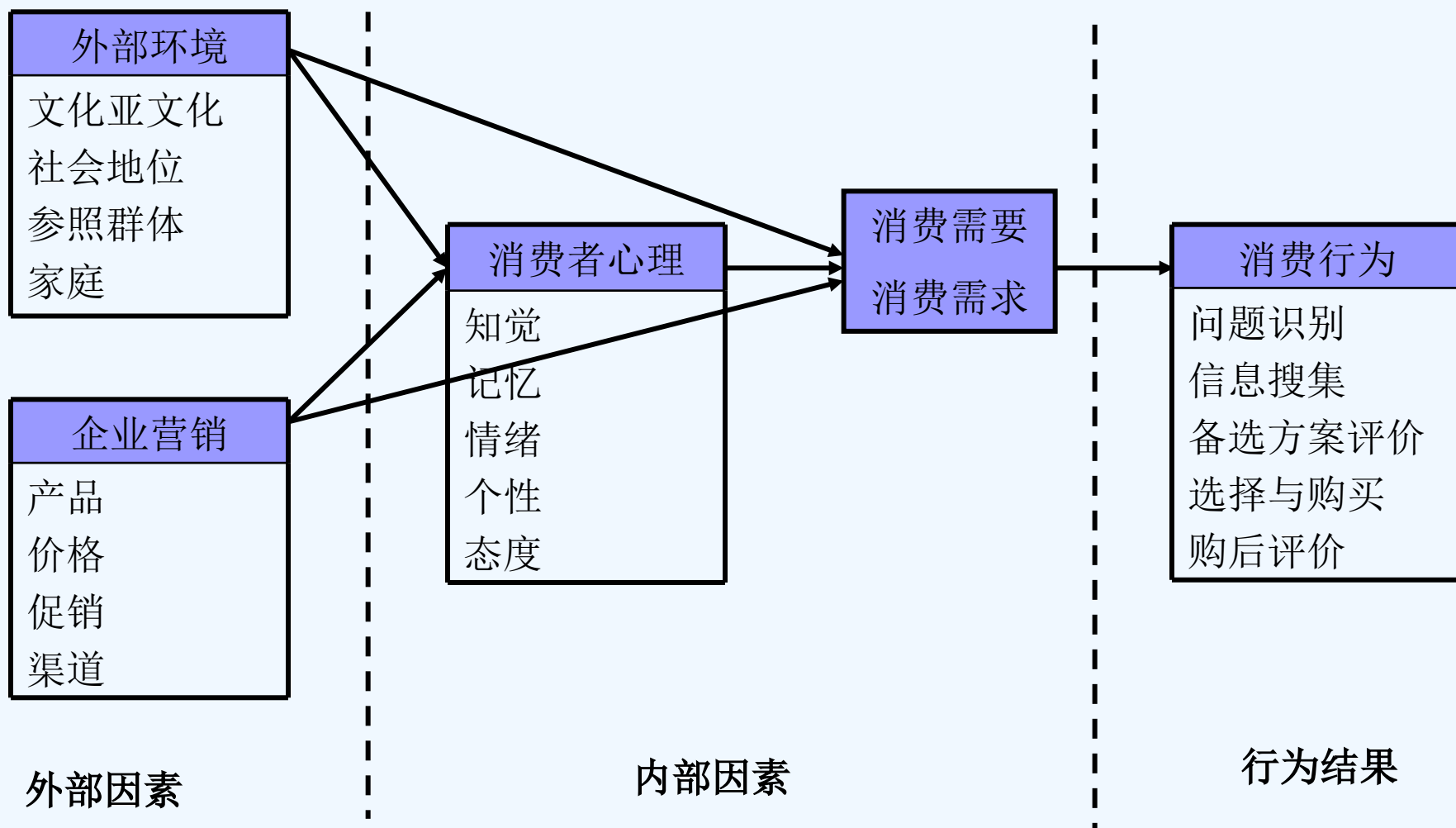
# 消费者心理与行为

## 第十二讲：消费者的购置行为决策过程

# 课程回忆

- 第一节：经济原因对消费者的影响
  - 宏观经济环境对消费者的
  - 收入对消费者的影响
  - 消费者的信贷消费
- 第二节：文化原因对消费者的影响
  - 文化价值观及其测量
  - 亚文化群
  - 流行文化
- 第三节：经济和文化原因对消费者影响的应用
  - 大型零售企业的国际市场选择影响原因分析

# 第一节：消费者购置决策类型



# 本讲重要内容

- 第一节：消费者购置行为决策
- 消费者购置行为类型
- 消费者购置决策内容
- 消费者购置决策原则
- 第二节：消费者购置决策过程
- 需求认知
- 信息搜集
- 比较评估
- 购置
- 购后反应



## 课前思索：

- 消费者在购置下列产品的行为过程有哪些不一样之处？
- 汽车
- 平板彩电
- 服装
- 矿泉水



# 第一节：消费者购置行为决策

## ■ 消费者购置行为类型（阿萨尔）

		参与程度	
		高度参与	低度参与
品牌差异	差异大	复杂的购置行为	寻求变化的购置行为
	差异小	减少失调的购置行为	习惯性购置行为

# 第一节：消费者购置行为决策

## ■ 影响消费者参与程度的原因

### ■ 产品原因

#### ■ 产品的经济价值

#### ■ 产品的情感价值

#### ■ 购置产品的风险

### ■ 消费者原因

#### ■ 消费者的性格

#### ■ 消费者的能力

#### ■ 消费者的时间

# 第一节：消费者购置行为决策

- 消费者购置决策
- 为了实现满足需求的目的，消费者作为决策主体，在购置过程中进行的评价、选择、判断和决定等一系列活动。
- 消费者购置决策的作用
- 决定了购置行为与否发生
- 决定了购置行为的方式和内容
- 决定了购置行为的效用



# 第一节：消费者购置行为决策

- 思索：
- 消费者在制定购置决策的过程中需要考虑哪些方面？



# 第一节：消费者购置行为决策

- 消费者决策的内容
- 为何买
- 买什么
- 买多少
- 在哪里买
- 何时买
- 怎样买

# 第一节：消费者购置行为决策

## ■ 消费者决策的原则

- 最大满意原则
- 相对满意原则
- 遗憾最小原则
- 预期—满意原则

## 第二节：消费者购置决策过程

- 思索：
- 消费者进行购置决策的一般过程是什么？



## 第二节：消费者购置决策过程

### ■ 消费者购置决策的一般过程



## 第二节：消费者购置决策过程

- 消费者需求的类型
- 根据需求产生的原因
  - 人体内机能感受引起的需求
  - 外部条件刺激诱发的需求
- 根据需求满足的方面
  - 功能性需求
  - 心理性需求
- 根据需求满足的层次

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/58813403200006076>