

消费培训 PPT 课件

目录

CONTENTS

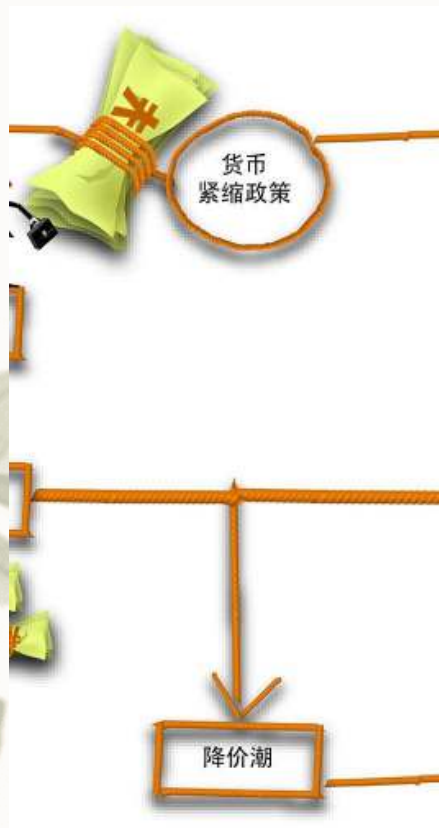
- 消费行为概述
- 消费心理分析
- 消费市场分析
- 消费培训策略
- 消费培训案例



01

消费行为概述

消费者行为定义



01

消费者行为是指消费者在寻找、购买、使用、评价和处置商品或服务过程中所表现出的行为和决策过程。



02

消费者行为研究关注消费者在购买决策过程中的心理、行为和社会因素，以及这些因素如何影响消费者的选择和决策。

消费者行为特点



多样性

消费者行为因个体差异而异，每个消费者的需求、偏好和决策过程都有所不同。



动态性

消费者行为随着时间、环境和社会变化而变化，受到个人成长、生活阶段和流行趋势等因素的影响。



互动性

消费者行为不仅受到商品或服务本身的影响，还受到销售环境、广告宣传和社会舆论等因素的影响。



消费者行为影响因素

社会因素

包括家庭、社会阶层、文化、亚文化和社会群体等，这些因素通过影响消费者的价值观、信仰和行为规范来影响消费行为。

环境因素

包括自然环境、政治环境、经济环境和科技环境等，这些因素通过影响消费者的生活和工作环境来影响消费行为。

01

个人因素

包括消费者的年龄、性别、教育水平、职业和性格等，这些因素直接影响消费者的需求和偏好。

02

03

经济因素

包括收入水平、物价和消费信贷等，这些因素直接影响消费者的购买能力和购买决策。

04



02

消费心理分析

消费者心理过程

01



认知过程



消费者对商品信息的获取、处理、理解和记忆的过程，包括感觉、知觉、记忆、思维和想象等。

02



情感过程



消费者对商品和服务产生的情绪和情感反应，如喜欢、厌恶、兴奋等。

03



意志过程



消费者在购买决策中表现出的目的性、自觉性、果断性等心理特征。

消费者个性心理



个性倾向性

消费者的需要、动机、兴趣、理想和信念等个性倾向性因素，影响其消费行为和消费决策。



个性心理特征

消费者的能力、气质和性格等个性心理特征，影响其对商品和服务的偏好和选择。

消费者需要与动机

需要

消费者在生理和心理上的缺乏状态，驱动消费者采取行动以满足其需求。

动机

由特定需要驱动，促使消费者采取行动的心理动力，是激发和引导消费行为的原因。





03

消费市场分析

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/007035114041006066>