



建材行业对顾客的心理解读

汇报人：XX

2024-01-01

目录

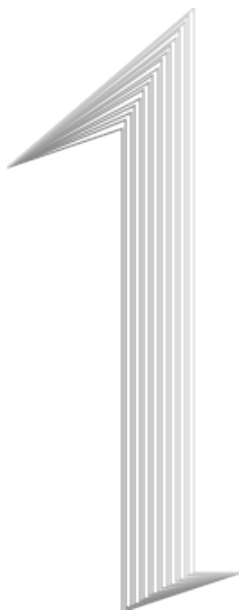
- **顾客需求与心理分析**
- **建材产品选择与心理偏好**
- **购买决策过程中的心理影响**
- **售后服务与顾客满意度提升**
- **针对不同顾客群体心理策略**
- **总结与展望**



顾客需求与心理分析



顾客需求特点



多样性

建材产品种类繁多，顾客需求各异，包括不同材质、风格、功能和价格等。



个性化

顾客对建材产品的个性化需求日益凸显，如定制家居、个性化装修等。



环保性

随着环保意识的提高，顾客对建材产品的环保性能要求也越来越高。



顾客购买动机

● 实用性动机

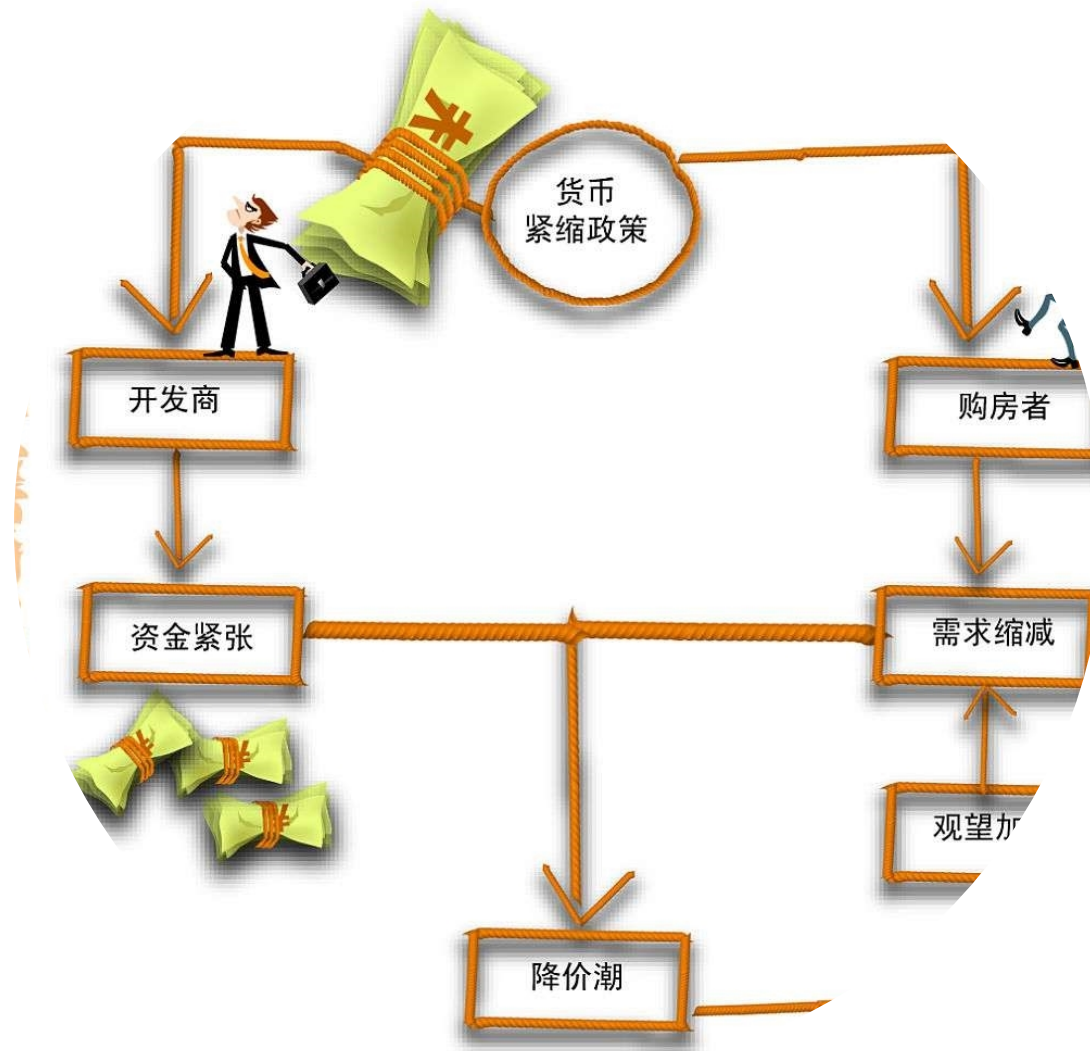
顾客购买建材产品时，首先考虑的是产品的实用性，如质量、耐用性等。

● 美观性动机

建材产品的外观和风格是顾客购买的重要考虑因素，美观大方的产品更容易受到顾客的青睐。

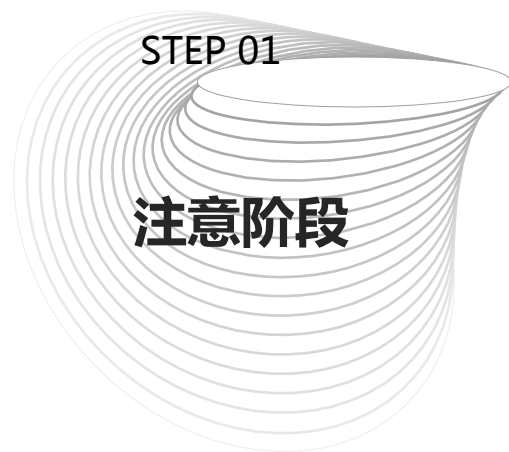
● 价格动机

价格是顾客购买建材产品时的重要考虑因素，不同顾客对价格的敏感程度不同。

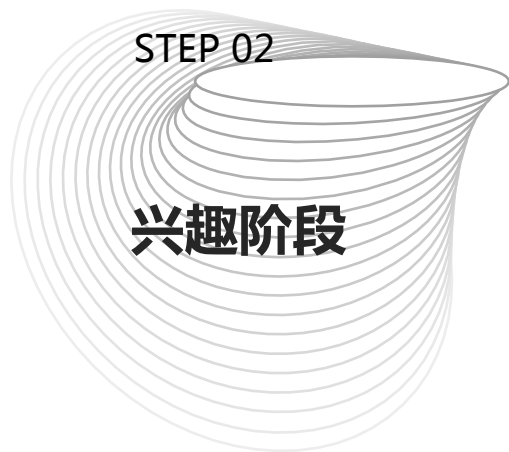




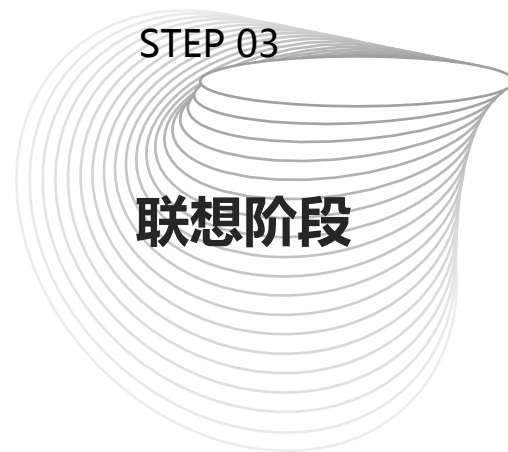
顾客心理变化过程



顾客进入建材市场或店铺时，首先会被各种建材产品所吸引，产生注意。



顾客在浏览过程中，会对某些产品产生兴趣，想要了解更多信息。



顾客会根据自身需求和经验，对产品进行联想和比较，考虑是否适合自己。



顾客心理变化过程

欲望阶段

经过比较和考虑后，顾客会对某些产品产生购买欲望。

1

行动阶段

最终，顾客会根据自身需求和预算，做出购买决策并付诸行动。

4

比较阶段

顾客会对不同品牌、价格和质量的产品进行比较，选择最适合自己的产品。

2

信心阶段

顾客在做出购买决策前，会对产品的品质、售后服务等产生信心。

3



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/165302332123011143>