

项目十

消费者购后行为：
剖析购买行为的后续表现



尚品宅配，用个性化定制赢得消费者

尚品宅配成立于2004年，是国内率先提出“全屋定制”概念的家居品牌，能够为消费者提供一站式家居定制服务。尚品宅配的服务具有以下特色。

- (1) 打造“我+”生活方式系列产品
- (2) 上门沟通，客户参与设计
- (3) 模块化设计裁剪
- (4) 高效快捷的作品设计

解析

定制化服务是指企业按照消费者的需求，为消费者提供量身定制的服务。定制化服务体现了企业充分尊重每个消费者的特殊性，从不同消费者的不同需求出发，灵活地为不同消费者提供服务的态度。

在提供定制化服务时，企业要通过多种渠道了解并确定消费者真正的需求，结合消费者的需求制定出有效的解决方案，并征求消费者的意见与建议，对方案进行适度的修改与调整，以让定制化服务方案更加贴近消费者的需求目标。

目录

CONTENTS



1

购后行为：消费者购买决策过程的最后阶段

2

消费者满意度：购后行为的情感表现

3

消费者忠诚：重复购买行为的影响因素



任务一

购后行为：消费者购买
决策过程的最后阶段

1

消费者购后行为的类型

营销沟通的任务是提供给消费者能够强化原先选择的信念与评价，以帮助消费者提高对原先购买品牌的信任程度。因此，营销人员在消费者购买产品后需要监测其购后产品的使用和处置情况、购后满意度及购后行为。

◆ 消费者购后行为的类型

消费者产品 使用行为特征

1

产品的使用方式

消费者如何去使用产品

2

产品的使用频率

消费者多长时间使用一次产品

3

产品的使用数量

消费者每次所使用产品的数量是多少

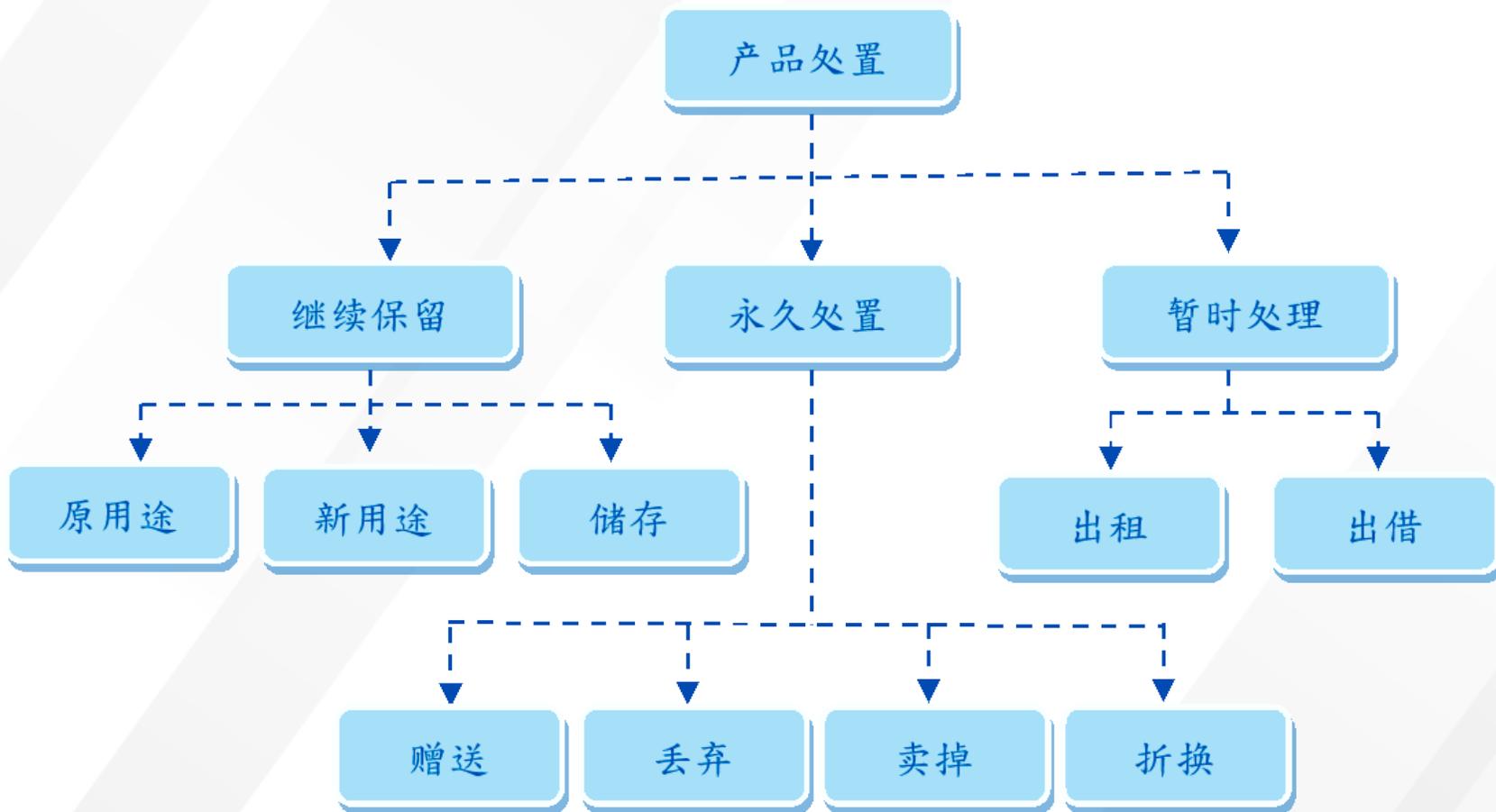
4

产品的使用目的

消费者出于什么目的使用产品

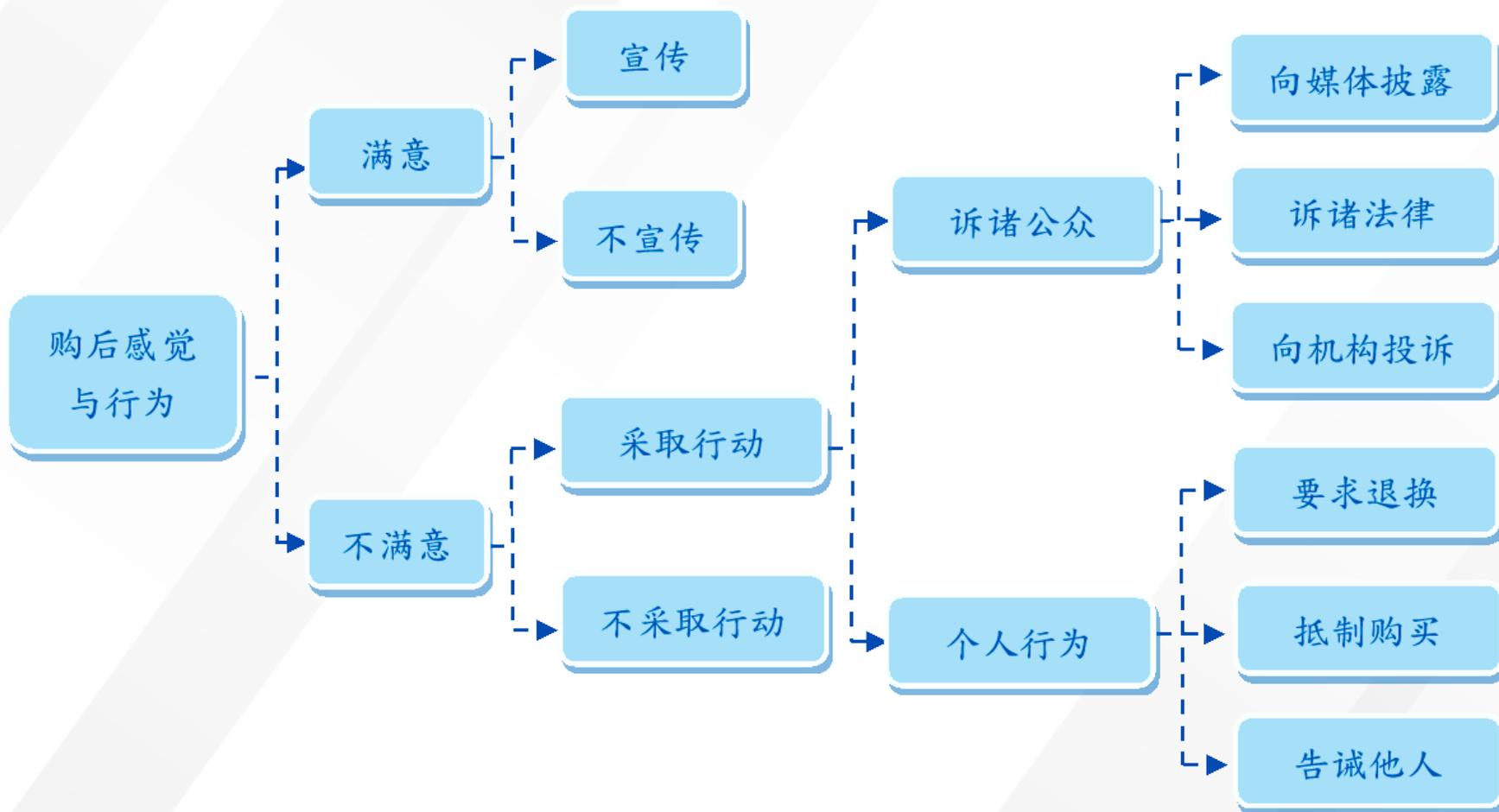
◆ 消费者购后行为的类型

消费者产品处置方式



◆ 消费者购后行为的类型

消费者购后感觉及行为的特征

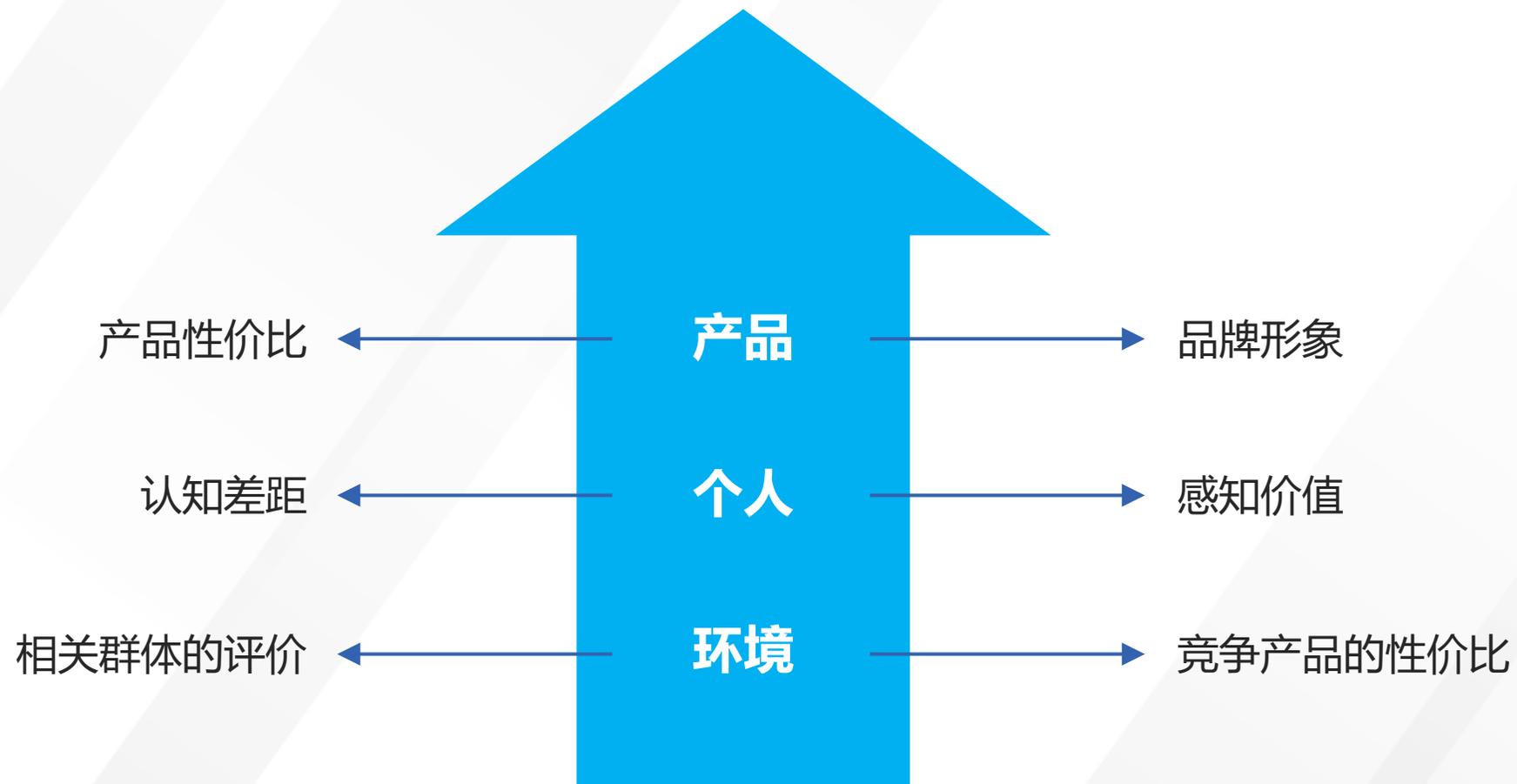


2

影响消费者购后行为的因素

消费者购后行为是消费者购买决策过程的延续，也是消费者购买行为的组成部分。分析影响消费者购后行为的因素，对企业正确把握消费者行为、有针对性地开展市场营销活动具有极其重要的意义。研究表明，影响消费者购后行为的因素主要包括产品因素、个人因素和环境因素。

◆ 影响消费者购后行为的因素



3

改善消费者购后行为的策略

改善消费者的购后行为，减少购后冲突或认知失调，对企业的发展具有正向的促进作用。影响消费者价值实现程度的因素包括产品质量、产品性价比、期望、感知价值、期望感知价值比、群体的正向评价、竞争产品性价比等。除了一些企业无法控制的因素（如群体的正向评价、竞争产品性价比）外，其他因素都可以通过企业的经营管理进行改善，以提升消费者的价值实现程度，减少消费者购后冲突，从而有效改善消费者的购后行为。

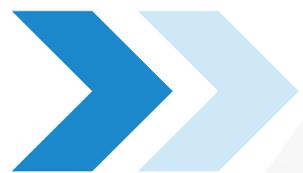
◆ 改善消费者购后行为的策略

- 1 避免消费者对产品产生过高预期
- 2 跟踪指导消费者产品使用情况
- 3 提高产品质量和服务质量
- 4 完善售后服务，积极处理消费者投诉



案例链接

恒洁卫浴，用无忧服务赢得
消费者信赖



任务二

消费者满意度：
购后行为的情感表现

1

消费者满意的基本内容

一般来说，消费者满意主要是指消费者对企业、产品、服务和员工等的满意和认可。消费者满意是企业提升产品质量的最终目的，同时也是企业生存和发展的先决条件。消费者满意的基本内容主要包括6个方面。

◆ 消费者满意的基本内容

01

理念满意

指企业经营理念带给消费者的满意状态，包括消费者对企业的宗旨、价值观的满意状态。

02

行为满意

指企业的经营行为带给消费者的满意状态，包括企业的行为机制、行为规则和行为模式的满意状态等。

03

视听满意

指企业具有的可视性和可听性的外在形象带给消费者的满意状态，包括对企业的建筑物、办公设施和环境、外在形象设计等的满意程度。

04

产品满意

指企业产品的质量、功能价值带给消费者的满意程度。这是消费者最为注重的满意层次。

05

服务满意

指企业提供的服务带给消费者的满足程度，包括优良的服务状态、简便的服务程序、快捷的服务行为、完整的服务内容等。

06

社会满意

指消费者在对企业的产品或服务的消费过程中所体验到的对社会利益维护的满意状态。

◆ 消费者满意的基本内容



头脑风暴

在网上购物时你是否给卖家留过评价？回想自己某次网购经历，说一说你为什么给卖家留下好评或差评。

2

影响消费者满意度的因素

消费者满意度源于对所购产品或服务的期望功效与实际功效之间的对比，同时还受对交易公平性的认知和归因的影响。影响消费者满意的因素主要包括4个方面。

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/298140054115007007>