



消费者行为模式



汇报人：文小库

2023-12-28



目录

- 消费者行为概述
- 消费者需求与动机
- 消费者信息处理
- 消费者购买行为
- 消费者态度与行为
- 消费者行为模式的变化与趋势



01

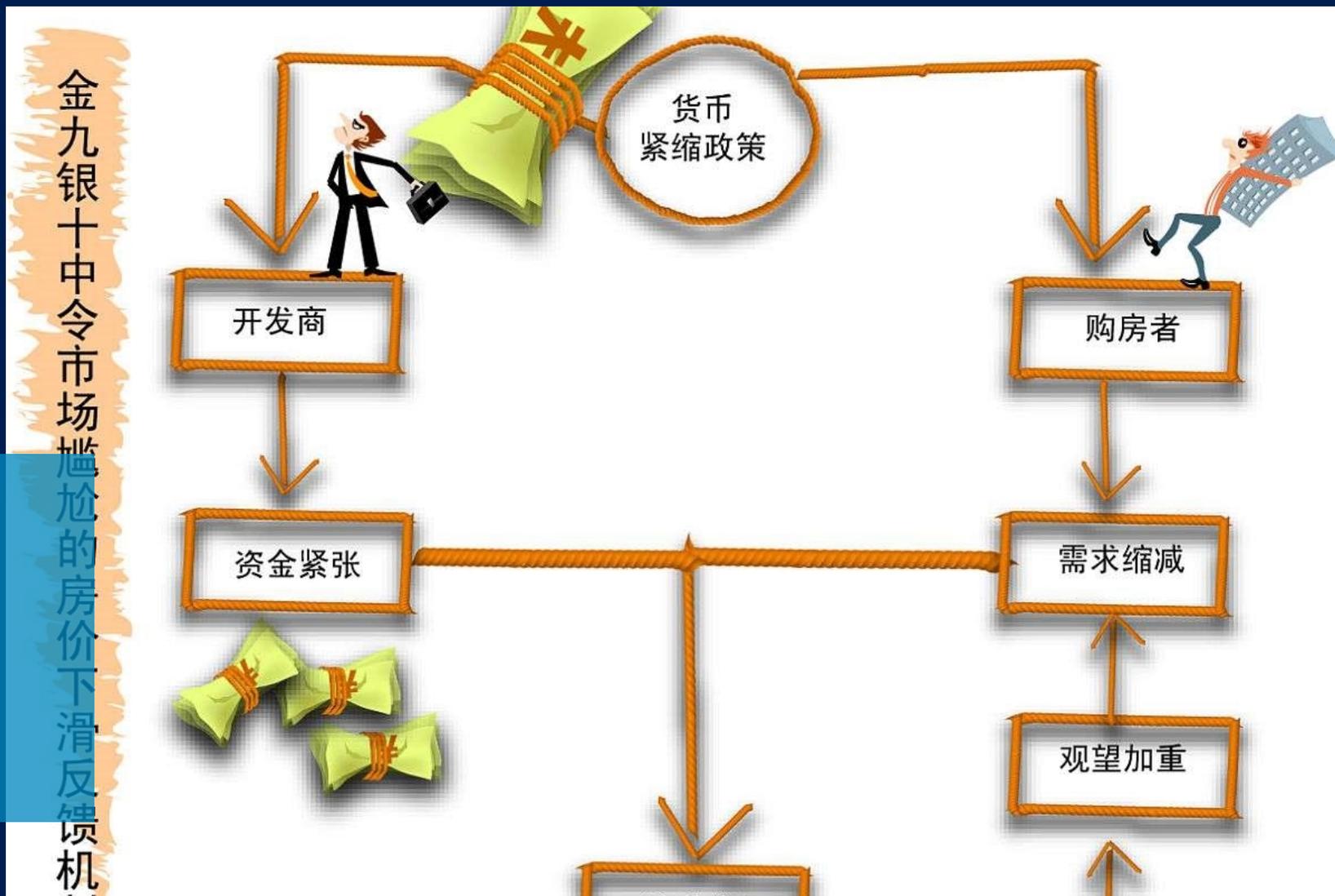
消费者行为概述



消费者行为的定义

消费者行为是指消费者在获取、使用、处置商品和服务过程中所表现出的各种行为，包括购买决策、消费体验和反馈等。

消费者行为是消费者心理和外部环境的综合反映，受到个人因素、社会文化因素、经济因素等多种因素的影响。



消费者行为的影响因素



01

个人因素

消费者的年龄、性别、教育程度、职业等个人特征对消费行为产生影响。

02

社会文化因素

家庭、社会群体、文化背景等社会文化因素对消费者的价值观、消费观念和消费行为产生影响。

03

经济因素

收入水平、物价水平、消费信贷等经济因素直接影响消费者的购买能力和购买决策。

消费者行为的决策过程

问题识别

消费者意识到需求或问题，开始寻找解决方案或产品。

购后行为

消费者使用和处置产品或服务，并对购买进行反馈和评价。

信息收集

消费者通过各种渠道收集有关产品或服务的信息，包括广告、口碑、社交媒体等。

评价与选择

消费者对收集到的信息进行分析和比较，形成购买意向，并选择最适合自己的产品或服务。

购买决策

消费者做出最终的购买决定，包括购买时机、购买地点和支付方式等。





02

消费者需求与动机



消费者需求类型

功能性需求

消费者对产品或服务的基本需求，如性能、质量、功能等。



情感性需求

消费者对产品或服务所带来的情感体验的需求，如舒适感、愉悦感、安全感等。



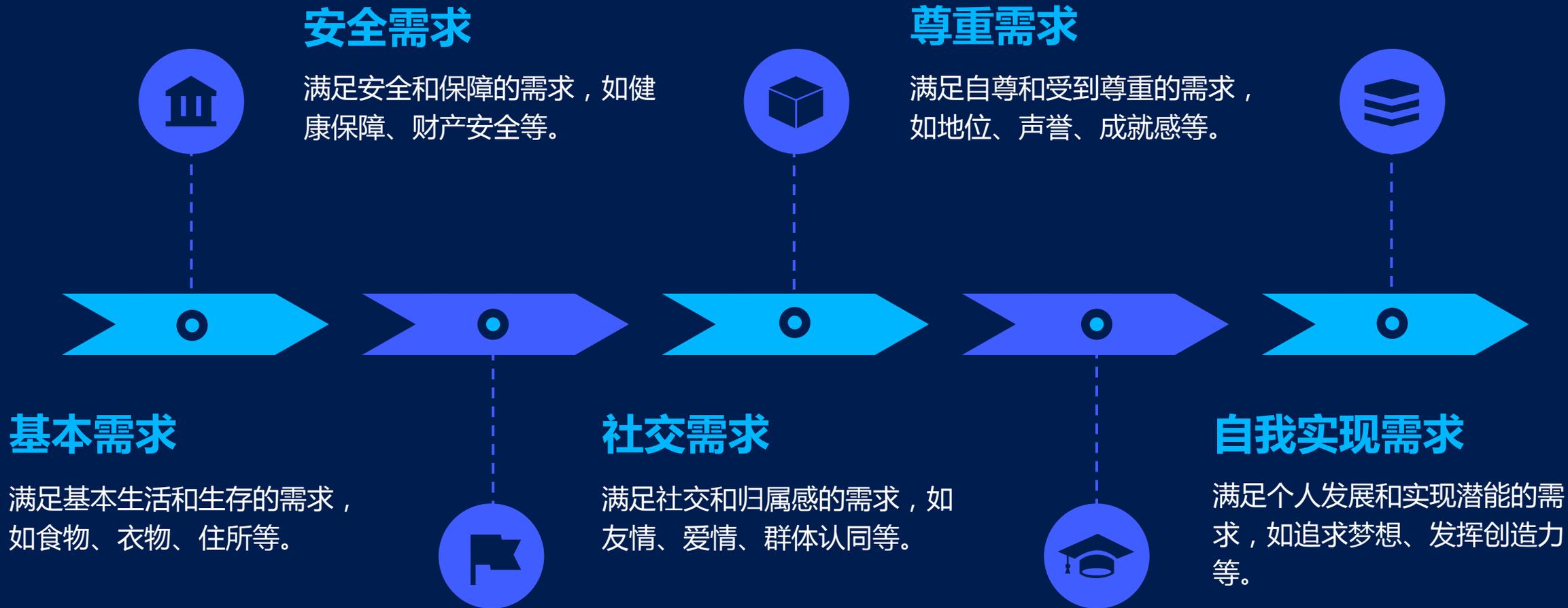
社会性需求

消费者对产品或服务所带来的社会认同和身份象征的需求，如品牌、品味、地位等。

知识性需求

消费者对产品或服务所传递的知识和信息的需求，如产品说明、使用指南、市场动态等。

消费者需求层次



消费者购买动机



价格动机

消费者受到价格因素的影响而产生购买的动机。

便利性动机

消费者追求便利和省时的购买动机。

情感动机

消费者受到情感因素的影响而产生购买的动机。

社交动机

消费者受到社交因素的影响而产生购买的动机，如送礼、聚会等场景下的购买行为。



03

消费者信息处理





消费者信息来源

媒体广告

电视、广播、报纸、杂志和互联网等媒体上的广告是消费者获取产品和服务信息的主要来源。

社交媒体

社交媒体平台如微信、微博、抖音等也是消费者获取信息的重要途径，特别是年轻消费者。

口碑推荐

朋友、家人、同事和社区成员的口碑推荐对消费者决策也有很大影响。

线下体验

亲身实地体验产品或服务，如试吃、试穿、试用等，也是消费者获取信息的重要方式。





消费者信息处理过程

信息收集

消费者通过各种途径收集关于产品或服务的信息，包括品牌、价格、功能、用户评价等。

信息评估

消费者对筛选后的信息进行评估，比较不同产品或服务的优缺点，形成初步的购买意向。



信息筛选

消费者根据自己的需求和偏好，对收集到的信息进行筛选，排除不相关或不可靠的信息。

信息记忆

消费者将重要的信息记忆在脑海中，以便在需要时快速提取。

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/985121041203011201>