

# ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЯ

СУВОРОВ Д.А., ЗК-15;

ХАМДАМБЕКОВ С.А., ЗК-15

ЗУЕВ В., ЗК-15



# ФАКТОРЫ, ОКАЗЫВАЮЩИЕ ВЛИЯНИЕ НА ПОКУПАТЕЛЬСКОЕ ПОВЕДЕНИЕ

## СОЦИАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ:

- референтные группы;
- семья;
- роли и статусы.

## ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ:

- мотивация;
- восприятие;
- усвоение;
- убеждения и отношения.

## ФАКТОРЫ КУЛЬТУРНОГО ПОРЯДКА:

- культура;
- субкультура;
- социальное  
положение.

## ЛИЧНОСТНЫЕ ФАКТОРЫ:

- возраст и этапы жизненного цикла;
- род занятий;
- экономическое положение;
- образ жизни;
- тип личности.



# КУЛЬТУРА

*«Культура — основная первопричина, определяющая потребности и поведение человека. Продавцам следует обратить внимание на все три аспекта, обусловленные культурным контекстом потребления: функции, форме и содержании»*



# СУБКУЛЬТУРА

*«Субкультуры предоставляют своим членам возможность более конкретного отождествления и общения с себе подобными. На интересе к разным товарам, безусловно, скажутся ее национальная и расовая принадлежность, вероисповедание и географическое окружение и тп.»*





# СОЦИАЛЬНОЕ ПОЛОЖЕНИЕ



СОВРЕМЕННЫЙ  
ПОДХОД



+

ПОДРАЖАНИЕ  
ДРУГОМУ СЛОЮ



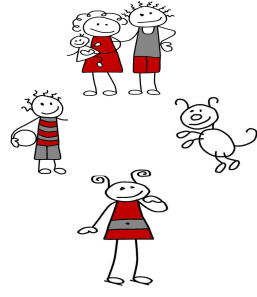
# РЕФЕРЕНТНЫЕ ГРУППЫ

*«Особенно сильное влияние на поведение человека оказывают многочисленные референтные группы (СЕМЬЯ, КОЛЛЕГИ, ДРУЗЬЯ, ИЗВЕСТНЫЕ КОМАНДЫ И Т.Д.)»*



# СЕМЬЯ

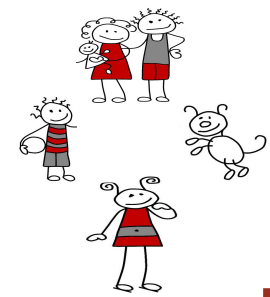
ПОКУПАТЕЛИ



ФИЛЬТР



РЫЧАГ  
ВОЗДЕЙСТВИЯ



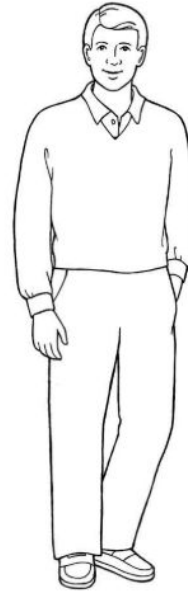
+ «24 0% 0%»



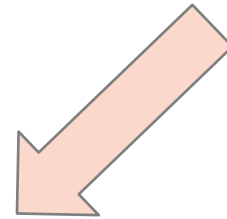
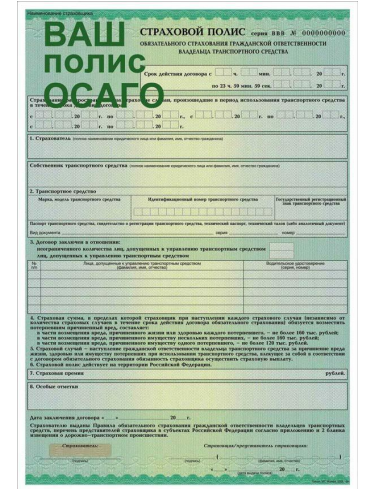


# РОЛЬ И СТАТУСЫ

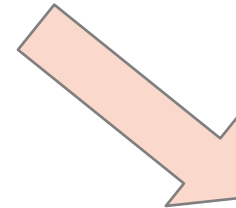
ДИРЕКТОР



АВТОМОБИЛИСТ



ПРОФ. РЫБАК



ОТЕЦ





# МОТИВАЦИЯ



# ВОСПРИЯТИЕ



# УСВОЕНИЕ



ОКРУЖЕНИЕ

ГАЗЕТЫ



ИНТЕРНЕТ



ТЕЛЕВИДЕНИЕ



САМОРАПОЗНАНИЕ





# УБЕЖДЕНИЯ И ОТНОШЕНИЯ



SO GOOD!



# ВОЗРАСТ

1Й –КУРС:



«Когда захочу, тогда и лягу спать»

2Й –КУРС:



«Можно и поспать»

3Й –КУРС:



«Нужно поспать»

4Й –КУРС:

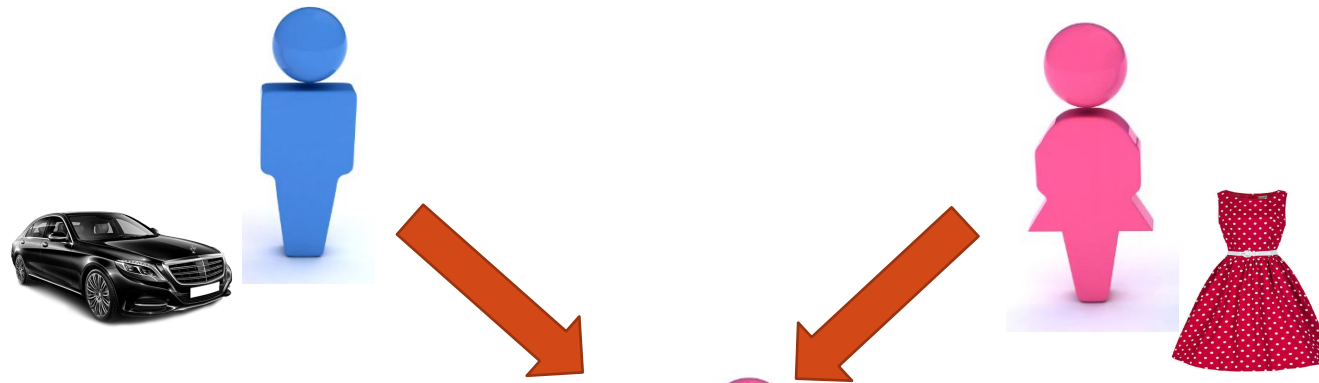


«ИДЕАЛЬНО»

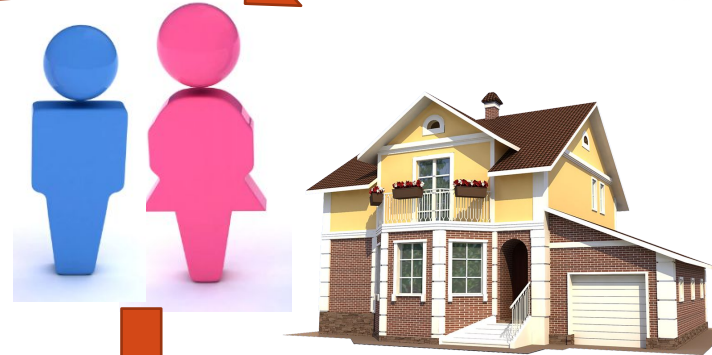


# ЭТАПЫ ЖИЗНИ СЕМЬИ

1



2



3

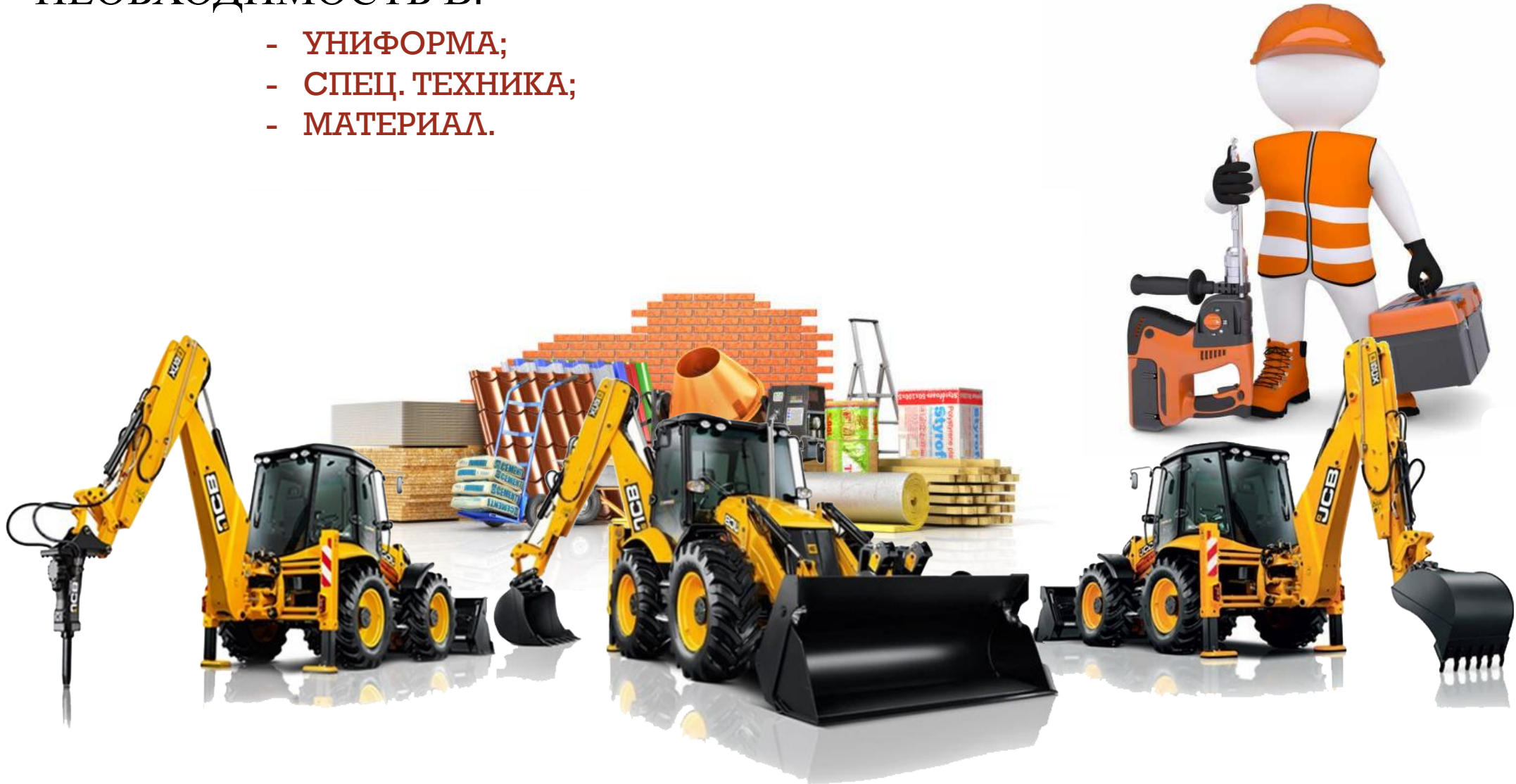




# РОД ЗАНЯТИЙ

НЕОБХОДИМОСТЬ В:

- УНИФОРМА;
- СПЕЦ. ТЕХНИКА;
- МАТЕРИАЛ.



# ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПОЛОЖЕНИЕ

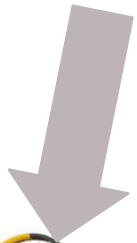


БЛАГОСОСТОЯНИЕ

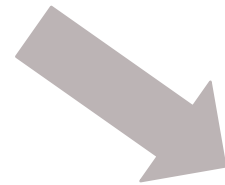
# ОБРАЗ ЖИЗНИ



ПИТАНИЕ



ИНВЕНТАРЬ



ОДЕЖДА





# ТИП ЛИЧНОСТИ

МЕРКАНТИЛЬНЫЙ



ТРАНЖИРА



# СОВРЕМЕННЫЙ ПОДХОД:



Товарные факторы

ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ  
ЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ  
УТИЛИТАРНЫЕ ФАКТОРЫ

Психологические  
факторы

ПРИВЫЧКИ  
ФАКТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ  
ФАКТОРЫ ПРЕСТИЖА

Личностные  
факторы

МОТИВ, УБЕЖДЕНИЕ,  
ЧУВСТВА, УСТАНОВКА,  
НАМЕРЕНИЕ И ЗНАНИЕ



ЭСТЕТИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ – ГЛАВНОЕ ВНЕШНИЙ  
ВИД;

ЦЕНОВЫЕ ФАКТОРЫ – ЧЕМ ПРИЕМЛЕМЕЙ ЦЕНА, ТЕМ БОЛЬШЕ  
СПРОС;

УТИЛИТАРНЫЕ ФАКТОРЫ – ГЛАВНОЕ ПРОЧНОСТЬ, ДОЛГОВЕЧНОСТЬ, ПРОСТОТА В РЕМОНТЕ;

ПРИВЫЧКИ – ПРИВЕРЖЕННОСТЬ К ОПРЕДЕЛЕННОМУ  
ТОВАРУ/УСЛУГЕ;

ФАКТОРЫ ДОСТИЖЕНИЯ – ГЛАВНОЕ ДОСТИЖЕНИЯ ОПРЕДЕЛЕННОГО УРОВНЯ, ЧЕРЕЗ  
ПОДРАЖАНИЕ;

ФАКТОРЫ ПРЕСТИЖА – НЕОБХОДИМО ПОДЧЕРКНУТЬ СВОЙ СТАТУС.



**СПАСИБО  
ЗА  
ВНИМАНИЕ!!!**

