

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Факторы со стороны потребителей:

- Культура, личность, этап жизни, уровень дохода
- Установки, мотивации, чувства, знание
- Этническая принадлежность, семья, ценности
- Доступные ресурсы, мнения, прошлый опыт, группы людей с аналогичными характеристиками

Организационные факторы:

- Торговая марка, реклама, продвижение, цена, услуги, удобство, упаковка, особенности продукта
- Отзывы друзей и знакомых, обстановка в магазине, программы повышения лояльности
- Доступность продукта

Переменные, влияющие на поведение потребителей

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



Этапы изучения потребительского поведения

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Лауреат Нобелевской премии Дэниел Канеман выяснил, что наши решения и поступки определяются взаимодействием двух систем

Фрейд, Дихтер, Юнг и др.



Психология потребителя

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Наблюдение

- Слежение за поведением в различных ситуациях + фиксация результатов

Интервью и опросы

- Большая выборка
- Вопросы + ответы
- Почта, телефон, Интернет, личный

Эксперимент

- Выявление причинно-следственных связей путем манипуляций с независимыми переменными с целью определения их влияния на зависимые переменные

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



Этапы процесса принятия решения о покупке

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

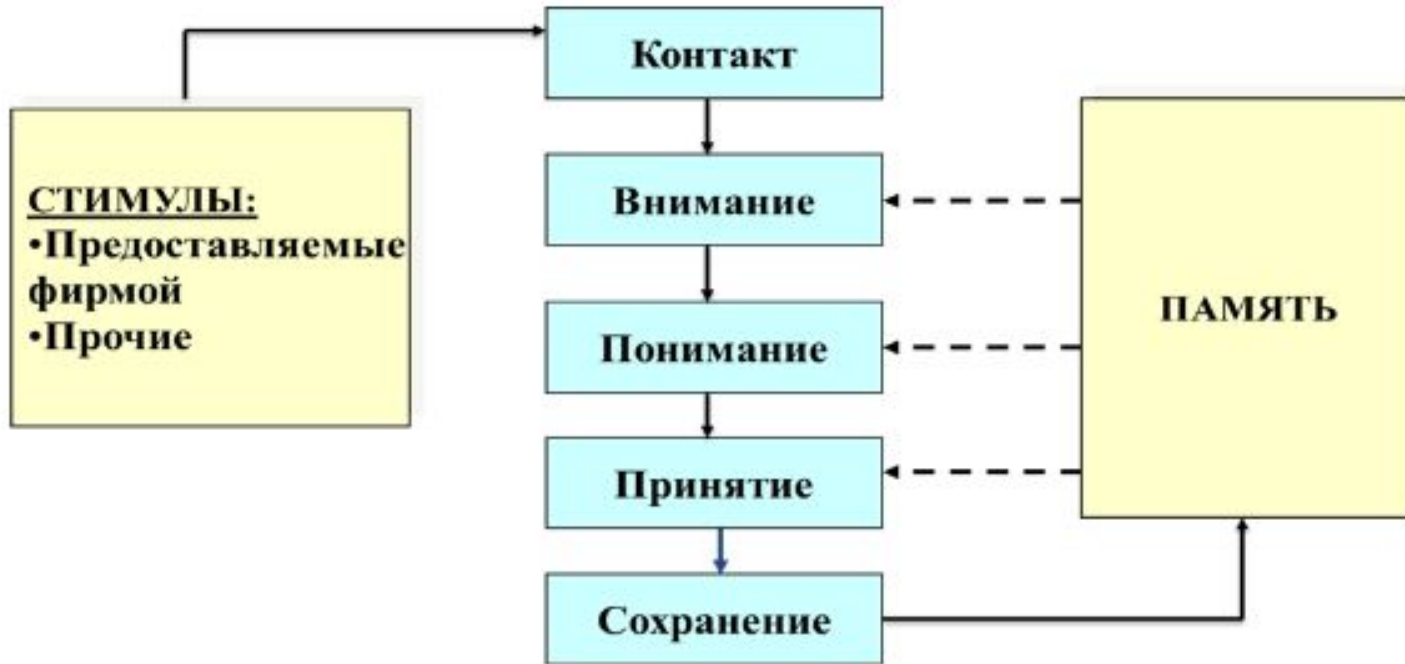
Осознание потребности



ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



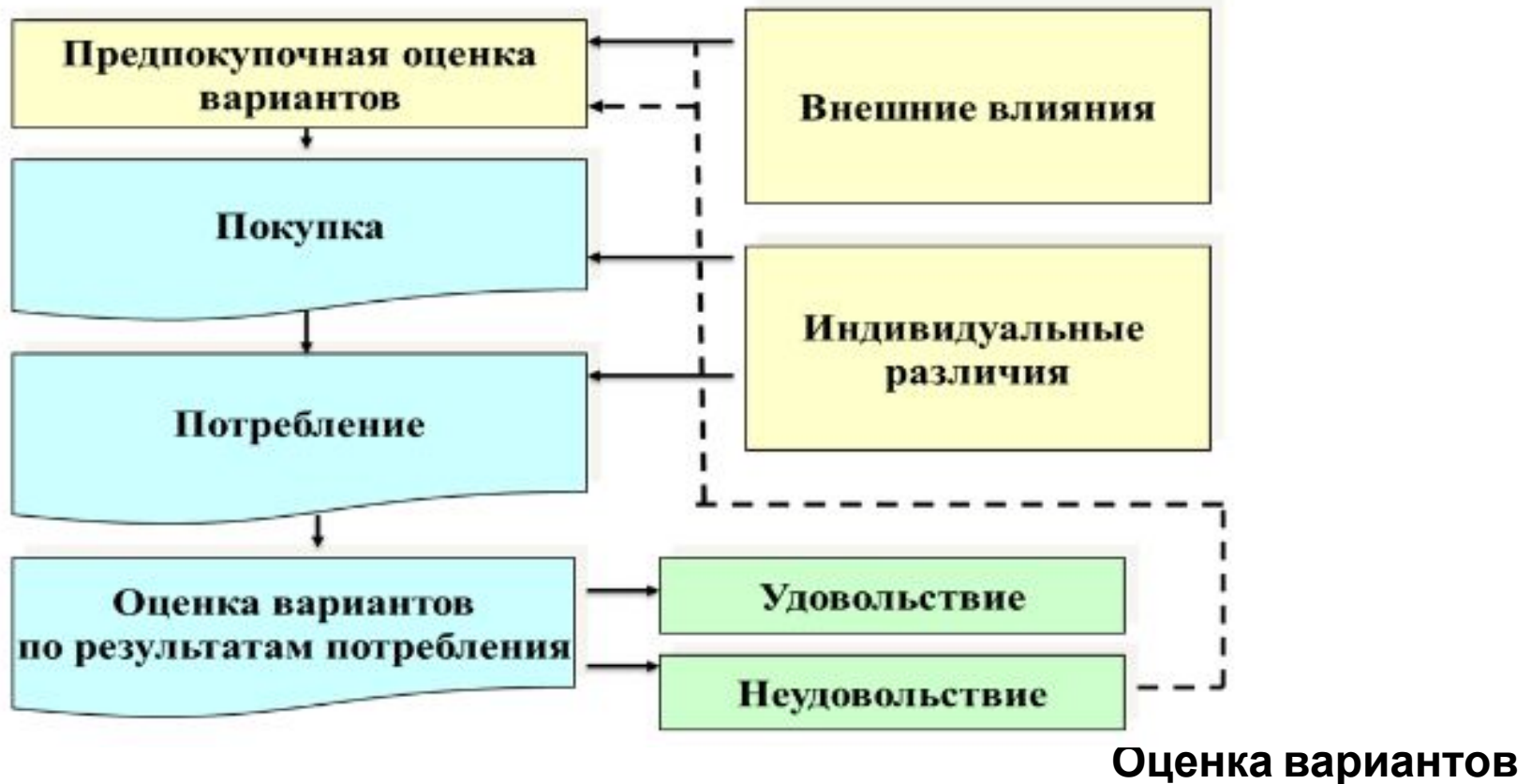
Этапы обработки информации

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



Предпокупочная оценка
вариантов

ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ



ПОВЕДЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Производный спрос – спрос на товары промышленного назначения определяется спросом на потребительские товары.

Принцип акселерации – промышленный спрос и спрос на капитальное оборудование характеризуется резкими колебаниями и в значительной степени реагирует на малейшие изменения в конечном спросе.

Неэластичный спрос – в ценовом отношении (например, товар – ключевой компонент и заменителей немного).

Число потребителей на промышленном рынке меньше, чем на потребительском.

Решение о покупке принимается коллективно.

ПОВЕДЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Чем новее товар, тем сильнее необходимость обучения пользователей и организационных изменений.

Часто потребитель не может оценить все преимущества новых товаров.

Высокие объемы инвестиций для разработки новых товаров.

Новые технологические системы зачастую приобретаются в несколько приемов, что делает решение о выборе производителя окончательным.

ПОВЕДЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Концепция закупочного центра



ПОВЕДЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

| Этапы покупки | Пользователь | Советник | Закупщик | Распорядитель | Информатор |
|--|--------------|----------|----------|---------------|------------|
| Определение потребности | * | * | | | |
| Описание требуемых характеристик товаров | * | * | * | * | |
| Поиск покупательских альтернатив | * | * | * | | * |
| Оценка альтернатив | * | * | * | | |
| Выбор оптимального решения | * | * | * | * | |

НЕЙРОМАРКЕТИНГ

1990-е, Гарвардский университет

Объединение в себе результатов исследований психологии и классического маркетинга в целях создания особых стратегий продаж

Количественная электроэнцефалография

Функциональная магнитно-резонансная томография

Окулография



НЕЙРОМАРКЕТИНГ

Известный
бренд



Участки мозга,
отвечающие за
критический анализ

Неизвестный бренд



Торможение
коркового очага

Префронтальная
кора лобных долей

*Центры, отвечающие
за интуитивное
принятие решений*

Бейсбольный мяч и бита вместе стоят 1,1 доллар. Бита стоит на один доллар дороже мяча.

Сколько стоит мяч?

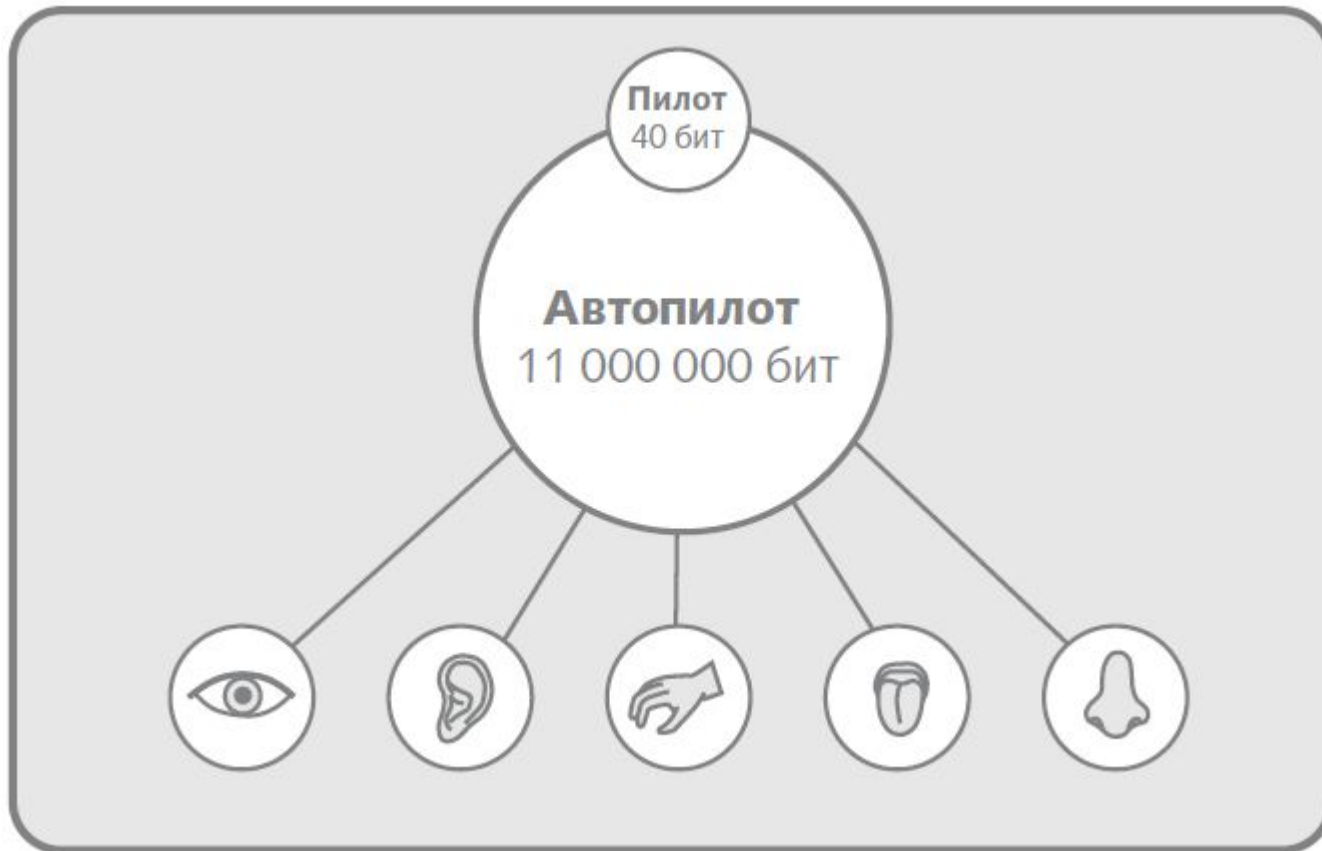
*Немецкий нейрoэкономист
профессор Питер Кеннинг*

НЕЙРОМАРКЕТИНГ

| | | | | |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| желтый | желтый | синий | синий | желтый |
| зеленый | зеленый | зеленый | красный | желтый |
| зеленый | белый | желтый | синий | красный |
| черный | красный | красный | желтый | синий |
| красный | синий | красный | зеленый | красный |

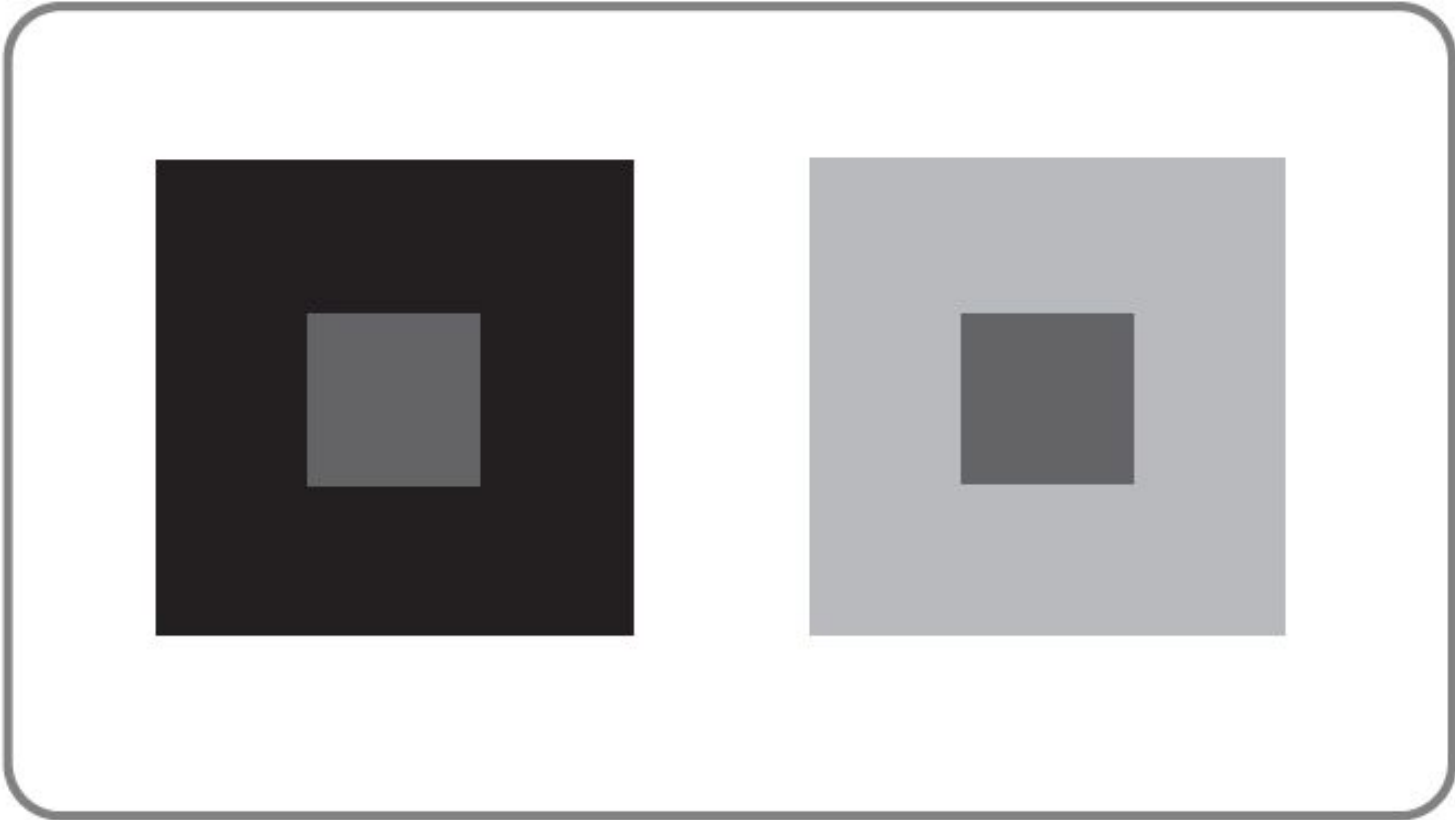
Автоматически мы понимаем вычисления, но интуиция предлагает другой ответ.

НЕЙРОМАРКЕТИНГ



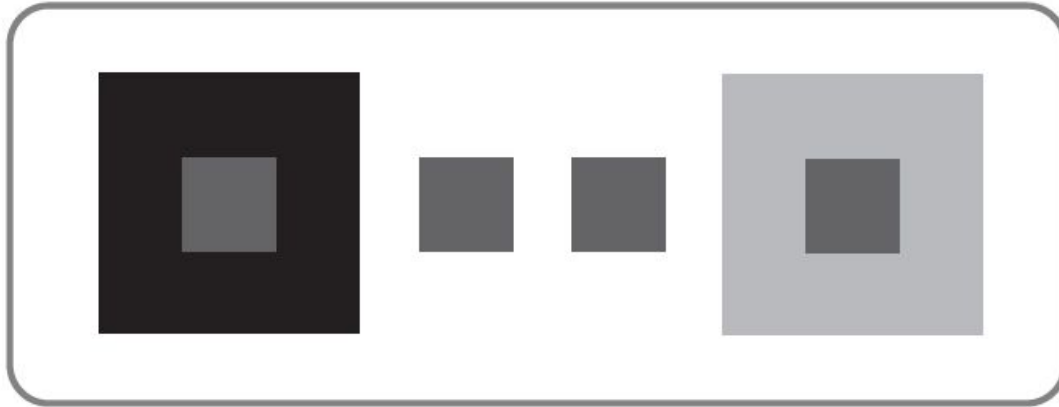
*Временные затраты на
обработку рекламы 1-3
сек.*

НЕЙРОМАРКЕТИНГ



*Принцип работы мозга –
эффект обрамления*

НЕЙРОМАРКЕТИНГ



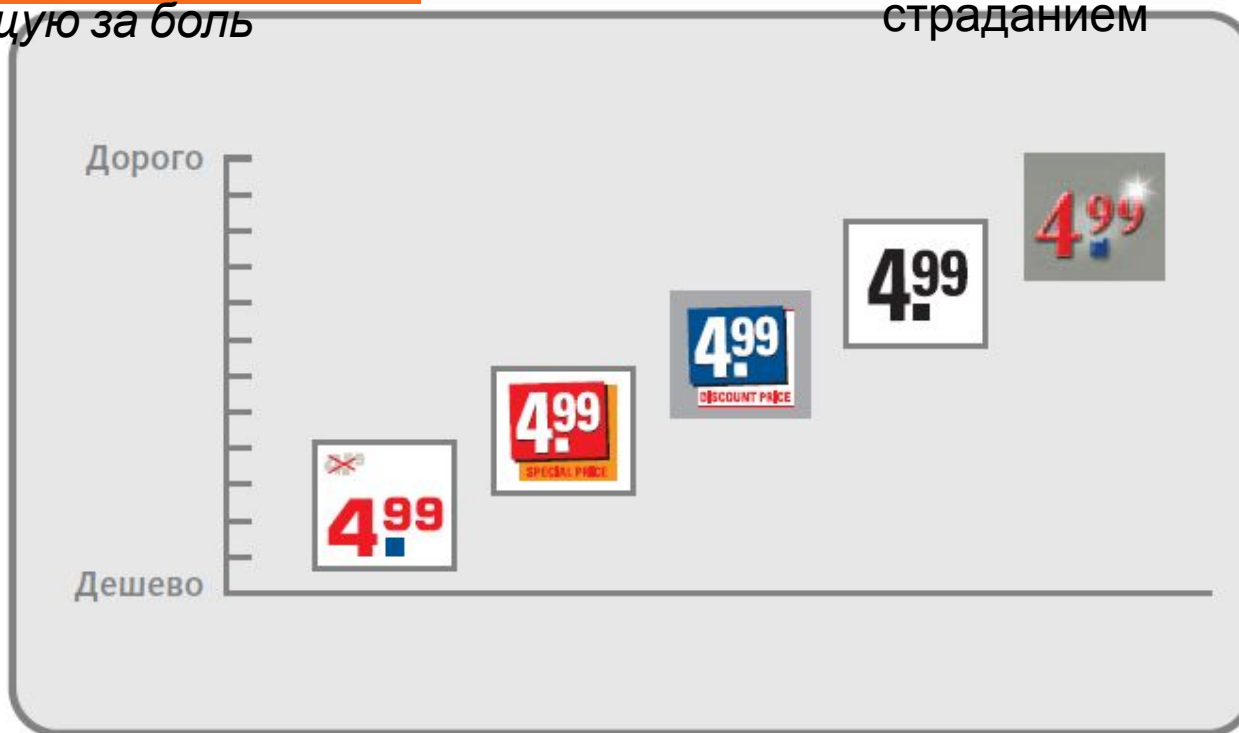
Стоимость проезда в пригородных электричках увеличится в 2 раза

Восприятие достоверности новостей

НЕЙРОМАРКЕТИНГ

Цена активизирует мозговую зону, отвечающую за боль

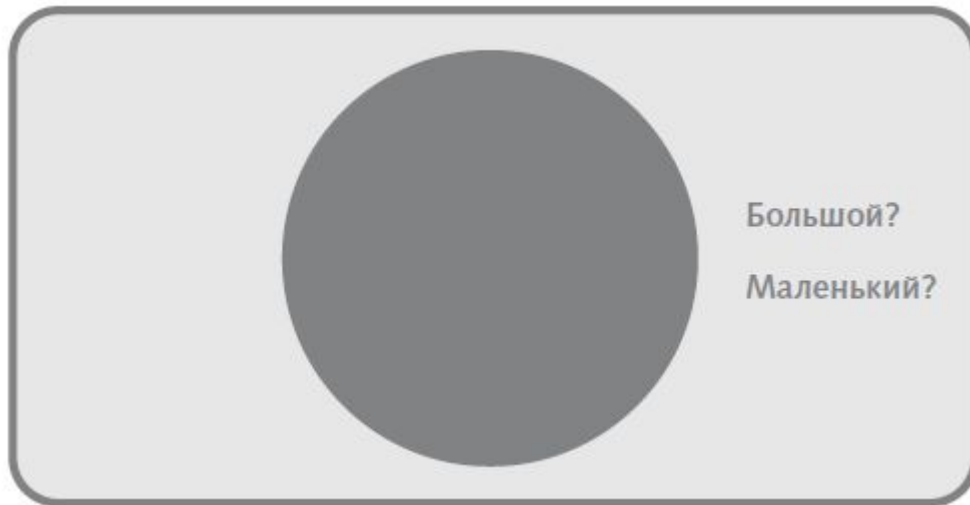
Решения о покупке принимаются на основе соотношения между удовольствием и страданием



Дизайн вызывает разное количество «страдания», поэтому воспринимается по-разному

НЕЙРОМАРКЕТИНГ

Важный принцип работы мозга: понимание ценности основывается на сравнительном анализе других вариантов в конкретном контексте



Электронная версия – \$59

Печатная версия – \$125

Эл. + печат. вариант - \$125

Дизайн вызывает разное количество «страдания», поэтому воспринимается по-разному

НЕЙРОМАРКЕТИНГ



Зрительное восприятие в целом основывается на размытой картинке, лишь небольшой участок видимого воспроизводится четко

НЕЙРОМАРКЕТИНГ



Зрительное восприятие в целом основывается на размытой картинке, лишь небольшой участок видимого воспроизводится четко

НЕЙРОМАРКЕТИНГ

До



После



До



После



Зрительное восприятие в целом основывается на размытой картинке, лишь небольшой участок видимого воспроизводится четко

ГОЛУБОЙ ОКЕАН

Создание свободной рыночной ниши

Краеугольный камень стратегии – инновация ценности:

□ **Пересмотреть портрет покупателя**

Терминал компании Bloomberg для биржевиков

□ **Пересмотреть стереотипы рынка**

Американская авиакомпания Southwest сделали перелеты простыми, регистрацию быстрой, убрали все элементы роскоши и снизили цены

□ **Посмотреть сопутствующие товары/услуги**

Детский центр + взрослый центр = семейные центр

□ **Изменить эмоциональную составляющую продукта**

Был кофейный магазинчик — стал местный клуб по интересам с настольными играми

ГОЛУБОЙ ОКЕАН

Основные характеристики цирка

Цирк Дю Солей



ГОЛУБОЙ ОКЕАН

Детский книжный автобус «Бампер» —
детская
книжная студия на колесах



Инклюзивный иппотеатр

Туристическая компания для
инвалидов-колясочников



Музей «Коломенская
пастила»

Крем-мед с ягодками
COCCO BELLO



Объясняшки



www.xPlainTo.me

Фонд садовой
терапии сенсорный
сад-конструктор

