

PROCESO DE DECISIÓN DEL COMPRADOR

Escrito por Administrator
Martes, 11 de Octubre de 2011 22:55 -

PROCESO DE DECISIÓN DEL COMPRADOR

PROCESO DE COMPRA

El proceso de compra es un conjunto de etapas por las que pasa el consumidor para adquirir algo.

SUS ETAPAS SON:

- Necesidad sentida
- Necesidad antes de la compra
- Decisión de la compra
- Sentimiento después de la compra

NECESIDAD SENTIDA

Es cuando el consumidor siente la necesidad de obtener un bien (presumiblemente) para poder satisfacer su necesidad que él siente en el momento o para poder disminuir su necesidad.

NECESIDAD ANTES DE LA COMPRA

Es cuando el consumidor antes de comprar el producto hace encuestas, o pregunta a las demás personas que ya han usado el producto, si el producto tiene calidad, si es bueno, si lo volvieran a comprar, y lo compara con los demás productos que la ha usado, para poder quedar convencido y seguro del producto que va a escoger.

DECISION DE LA COMPRA

Es cuando vamos a decidir sobre el producto si lo vamos a llevar tomando en cuenta variables como:

- Precio
- Precio unitario
- Marca
- Calidad
- Cantidad
- Tienda (si es de prestigio)
- Vendedor

PROCESO DE DECISIÓN DEL COMPRADOR

Escrito por Administrator

Martes, 11 de Octubre de 2011 22:55 -

SENTIMIENTOS DESPUES DE LA COMPRA

Es cuando el consumidor por una parte satisface su necesidad y por otra parte queda insatisfecho, inseguro y tiene un sentimiento negativo que esta inconforme con el producto, porque no sabe si eligió bien, porque había tantos productos que no esta convencido que si el que él eligió sea el correcto.

EL PROCESO DE DECISION PARA NUEVOS PRODUCTOS

Un nuevo producto es un bien, un servicio o una idea que algunos clientes potenciales perciben como nuevos. Definimos el proceso de adopción como el proceso mental mediante el cual un individuo pasa de un primer aprendizaje acerca de una innovación a su adopción final, y la adopción como la decisión de un individuo de convertirse en un usuario regular del producto.

Etapas del proceso de adopción

Los consumidores atraviesan por cinco etapas de un nuevo producto.

- Conciencia, el consumidor está consciente del nuevo producto, pero carece de información acerca de él.
- Interés, el comprador busca la información acerca del nuevo producto.
- Evaluación, el cliente considera si tiene sentido hacer una prueba con el nuevo producto.
- Prueba, el consumidor prueba el nuevo producto en pequeña escala para mejorar su propio cálculo de su valor.
- Adopción, el consumidor decide utilizar con regularidad el nuevo producto.

LOS PARTICIPANTES EN EL SISTEMA DE COMPRA SON:

□ INFLUYENTES; son las personas que explícita o implícitamente ejercen alguna influencia en la decisión y las encontramos en:

- Distribución cuyo objetivo es lograr que los compradores encuentren el producto en el lugar adecuado.
- Promoción es importante para dar a conocer el producto.
- El precio se determina de acuerdo a todas y cada una de las características del producto.

□ DECISOR; es quien determina en ultimo termino parte de la decisión de compra o su totalidad, si se compra, que debe adquirirse, como, cuando y donde conviene hacerlo.

□ COMPRADOR; es la persona que de hecho realiza la compra.

□ USUARIO; es la persona o personas que consumen o utilizan el producto o servicio.

QUE ES UN MODELO

Un modelo muestra la estructura de todo aquello que ha sido moldeado y debe ser comprensible, general, predecible, simple, aprobado por hechos, verificable, alto en poder heróstico, alto en poder unificador.

PROCESO DE DECISIÓN DEL COMPRADOR

Escrito por Administrator

Martes, 11 de Octubre de 2011 22:55 -

CUALES SON LAS HIPOTESIS QUE SEÑALA EL MODELO MARSHALL

- A menor precio de los productos mayores serán las ventas.
- Cuanto más alto sea el producto menores serán las ventas.
- Cuanto sea mas elevado el ingreso real será más grande las ventas del producto, siempre y cuando tenga calidad.
- Cuanto más elevadas sean las promociones del producto serán más grandes las ventas del producto.

EL MODELO DEL APRENDIZAJE DE PAVLOV

Este modelo de aprendizaje habla de las reacciones de los estímulos de la conducta humana y sus cuatro conceptos centrales en que se basa son:

- Impulso
- Respuesta
- Claves
- Reacciones

QUE SON LOS NIVELES O ESTRATOS SOCIOECONOMICOS

Los niveles socioeconómicos surgieron en la época en que fue desintegrándose el régimen de la comunidad.

El aspecto más importante fue el desarrollo de fuerzas productivas que condujeron a la aparición de la división del trabajo, el trueque, y la propiedad privada. En consecuencia surgió la producción individual a cargo de cada familia y la desigualdad económica se hizo inevitable. Por lo tanto la aparición de los estratos socioeconómicos es el resultado del desarrollo económico que marca una pauta importante en el desenvolvimiento de un país como México. Es la división relativamente permanente y homogéneas dentro de una sociedad, en la que los individuos comparten sus estilos de vida y condiciones similares.

EL CONSUMIDOR COMO INDIVIDUO

EL PROCESO DE PERCEPCION Y LOS FACTORES DE ESTIMULO

- La percepción es un proceso de adquisición de información que comienza con la comunicación procedente de exterior:
 1. Comunicación exterior.
 2. Percepción.
 3. Conocimiento.

PROCESO DE DECISIÓN DEL COMPRADOR

Escrito por Administrator

Martes, 11 de Octubre de 2011 22:55 -

El proceso de percepción comporta varias fases:

1. Exposición.
2. Atención.
3. Comprensión.
4. Retención.

Tal como manifiestan Al Ries y Jack Trout:

Para el marketing La percepción es la realidad.

- El marketing no es una batalla entre productos sino entre percepciones.
- Es mejor ser el primero en la mente que el primero en llegar al punto de venta.

El ser humano procesa la información que recibe en una serie de etapas:

- Selecciona.
- Simplifica.
- Organiza.

LAS CARACTERISTICAS PERSONALES

LA PERSONALIDAD

El ser humano es complejo.

La personalidad es el resultado de una acumulación de experiencias y de acciones recíprocas entre el ser humano y el entorno en el que desarrolla sus actividades.

Características de la personalidad:

- Conjunto de elementos psicológicos del individuo poco cambiantes
- Es una unidad compleja de elementos que conforman una personalidad propia y particular del sujeto.
- Engloba la estructura psicológica total del individuo e incluye aspectos fisiológicos, intelectuales, afectivos e impulsivos.
- Es una manera peculiar de responder ante estímulos externos y circunstancias de nuestra vida.

Aunque la personalidad es bastante estable pueden producirse ciertos cambios especialmente cuando el individuo se lo propone activamente o en las primeras etapas de la vida.

PROCESO DE DECISIÓN DEL COMPRADOR

Escrito por Administrator

Martes, 11 de Octubre de 2011 22:55 -

Motivación y personalidad

Motivación fuerza que:

- Activa el comportamiento
- Le da sentido.
- La personalidad se relación fuertemente con la motivación en la medida que refleja las respuestas características de un individuo ante situaciones habituales o comunes de su vida.
- El marketing no vende productos vende la satisfacción de motivaciones o la solución de nuestras carencias y problemas.
- Cada individuo posee su propia personalidad y procura mostrar a los demás lo que es mediante la compra.
- Con los bienes y servicios que el consumidor adquiere está respondiendo individualmente a sus motivaciones pero también está expresando sus características personales al resto de las personas.