

Zákazník

Spotřebitelské chování

nákupní rozhodovací proces



nákupní rozhodování

- rutinní (automatické, impulzivní)
- řešení omezeného problému
- řešení složitého problému

pět rolí v nákupním chování a rozhodování

- iniciátor
- poradce
- investor
- realizátor
- konečný uživatel

pozor, nákupní chování spotřebitele se liší od nákupního chování organizací!

* * *

Segmentace trhu

uspokojit požadavky celého trhu (všech zákazníků) najednou je těžké/nemožné: výrobci/obchodníci jej proto segmentují (zaměřují se na lidi, kterým nejlépe rozumějí, o které se umějí nejlépe postarat, pro něž mají lepší nabídku, než konkurence)

postup:

1. analýza celého trhu
2. výběr toho, v čem jsme lepší, než konkurence

4 stadia:

- hodnocení poptávky
- segmentace trhu
- výběr cílového trhu
- vypracování atraktivní nabídky

segmentace:

- geograficky
- demograficky
- psychograficky
- behaviorálně