



تحلیل رفتار مصرف کنندده

تهیه مطالب و ارائه: کامبیز طهرانی

دکتری مدیریت بازاریابی

 didebanbazar@gmail.com

 [Kambiz_Tehrani](https://www.instagram.com/Kambiz_Tehrani)

 [@greenthinking](https://www.telegram.me/greenthinking)

برگزاری پیش آزمون به مدت ۱۵ دقیقه





CUSTOMER

VS

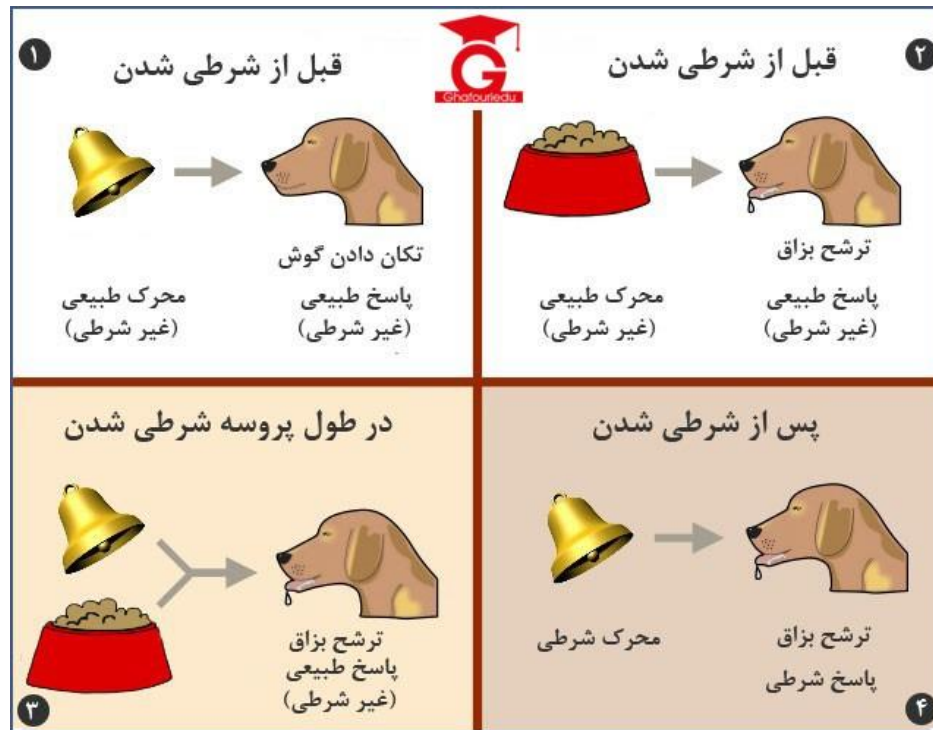
CONSUMER

به نظر شما چه نیازی به تحلیل رفتار مصرف کننده است؟

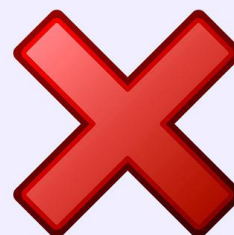


شرطی سازی و رفتار مصرف کننده

ایجاد ارتباط معنا دار بین دو المان یا محرک برای رسیدن به اهداف بازاریابی



شرطی سازی و رفتار مصرف کننده



یادگیری و رفتار مصرف کننده

دیگران به عنوان حلال مشکلات هستند

نگاه به دیگران و یادگیری نحوه مصرف آن ها

نزدیک نمودن رفتار مصرف به مصرف فردی که از او یادگرفته ایم.



مواجهه و رفتار مصرف کننده

مواجهه شدن با نام و نشان - لوگو - شعار و یا هر المانی که برند یا محصولات را یادآور شود.



حسرت برای گذشته و یا جاذبه **نوستالژیک**

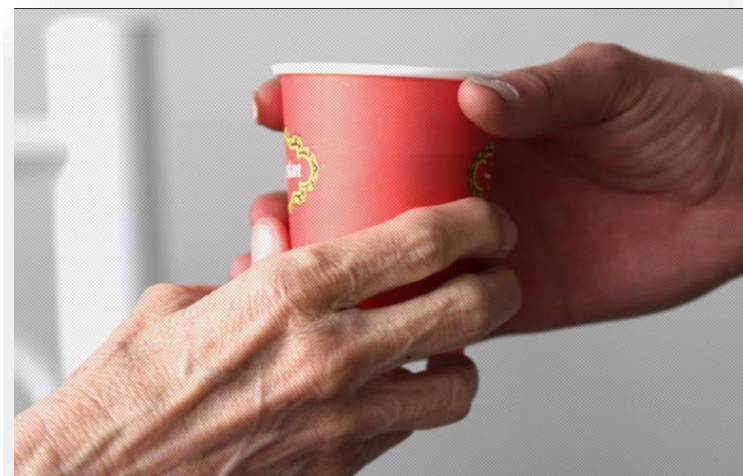
ابزاری برای تاثیر در رفتار مصرف





توجه به مسئولیت اجتماعی و تاثیرات آن بر رفتار مصرف کننده

Corporate Social
Responsibility



برند (BRAND)

برندسازی با هدف تاثیر بر رفتار مصرف کننده

✓ نام و نشان تجاری که با تعهدات و پاسخگویی رنگ و بویی گرفته است.

✓ کاشت درخت گردو

هویت برند و رفتار مصرف کنند

Brand Identity

تصویر برند و رفتار مصرف کنندة



BRANDIMAGESM

شخصیت برند و رفتار مصرف کننده



اثر کشور مبدا و رفتار مصرف کنندہ





محدودیت و تحلیل رفتار مصرف کننده

محدودیت در بسیاری موارد

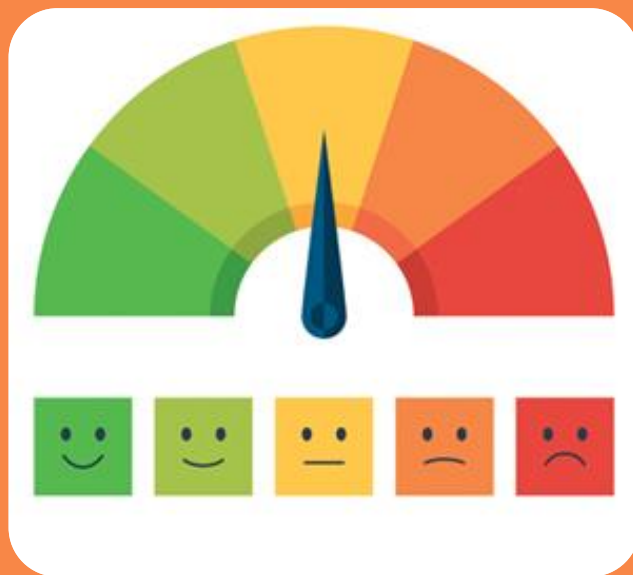


جذابیت و سوق دادن بیشتر



تبلیغات و احساس

▪ وقتی مشتری بر پایه حس خود تصمیم به خرید کالایی می گیرد پیشنهاد به استفاده از تمرکز بر حس است.



خود و رفتار مصرف کننده خود ایده آل و خود واقعی



خود ایده آل و خود واقعی (Ideal & Actual Self)



خود قصه های خود (Self Narrative)

مجموعه داستان هایی از تجارب فرد

