

PARTE I:

Introducción al estudio del comportamiento del consumidor

TEMA 1: El estudio del comportamiento del consumidor: concepto, enfoques y características.

- 1.-Importancia del estudio del Comportamiento del Consumidor en la disciplina de Marketing.
- 2.-Aspectos conceptuales: definición y características del comportamiento del consumidor
- 3.-El comportamiento del consumidor como campo de estudio multidisciplinar: principales enfoques teóricos.
- 4.-El comportamiento del consumidor y la estrategia de marketing.

OBJETIVO

Situar el estudio del Comportamiento del Consumidor en el contexto del marketing precando su EVOLUCIÓN y las INFLUENCIAS recibidas

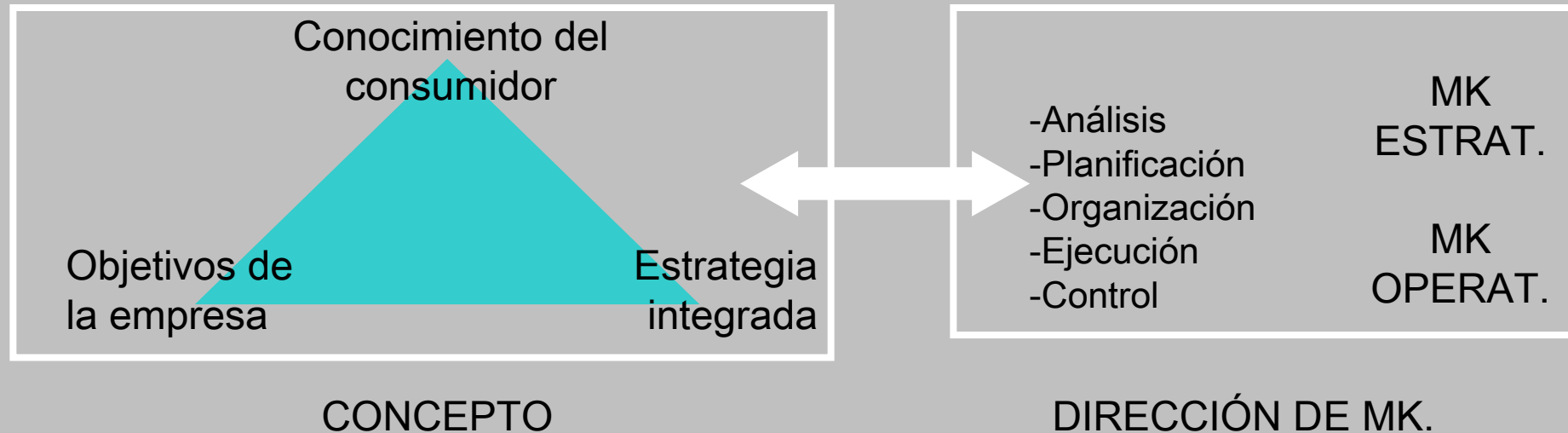
BIBLIOGRAFIA BÁSICA

TEMA 1	Mollá et al. (2006) <i>Comportamiento del consumidor</i> . Ed. UOC. Barcelona
Epígrafe 1	Capítulo1, epígrafe 1 (1.1; 1.2)
Epígrafe 2	Capítulo 1 epígrafe 2 i 3 (3.1; 3.2)
Epígrafe 3	Capítulo 1 epígrafe 4 (4.1; 4.2; 4.3)
Epígrafe 4	Capítulo 1 epígrafe 5 (5.1; 5.2)

¿Por qué estudiamos al consumidor?

El análisis del consumidor está en la esencia del concepto y de la dirección de marketing

¿Por qué?



¿Por qué?

MARKETING ESTRATÉGICO (en relación con el consumidor)

Un análisis, sistemático y permanente, de las necesidades, que aporte la información necesaria para el desarrollo de productos rentables, destinados a compradores específicos, y que presenten cualidades que los diferencien de los competidores

MARKETING OPERATIVO

La organización de estrategias de venta y comunicación para que los consumidores consigan y valoren los productos.

¿Por qué?



Orientación hacia la producción
Orientación hacia las ventas
Orientación hacia el marketing

Requiere:

- La investigación del comportamiento del consumidor
- La adopción de un marco orientado al consumidor para elaborar estrategias
- La medida de los factores que influyen a los compradores cuando compran
- La segmentación del mercado
- El posicionamiento del producto para satisfacer las necesidades
- Ser selectivo en las actividades de publicidad, venta personal, fijación de precios, selección de los canales de distribución.

Definición

Son las actividades que la gente realiza cuando:

SELECCIONA
COMPRA
USA

productos
o servicios

con el fin de satisfacer

DESEOS O
NECESIDADES.

En tales actividades están implicados

procesos mentales

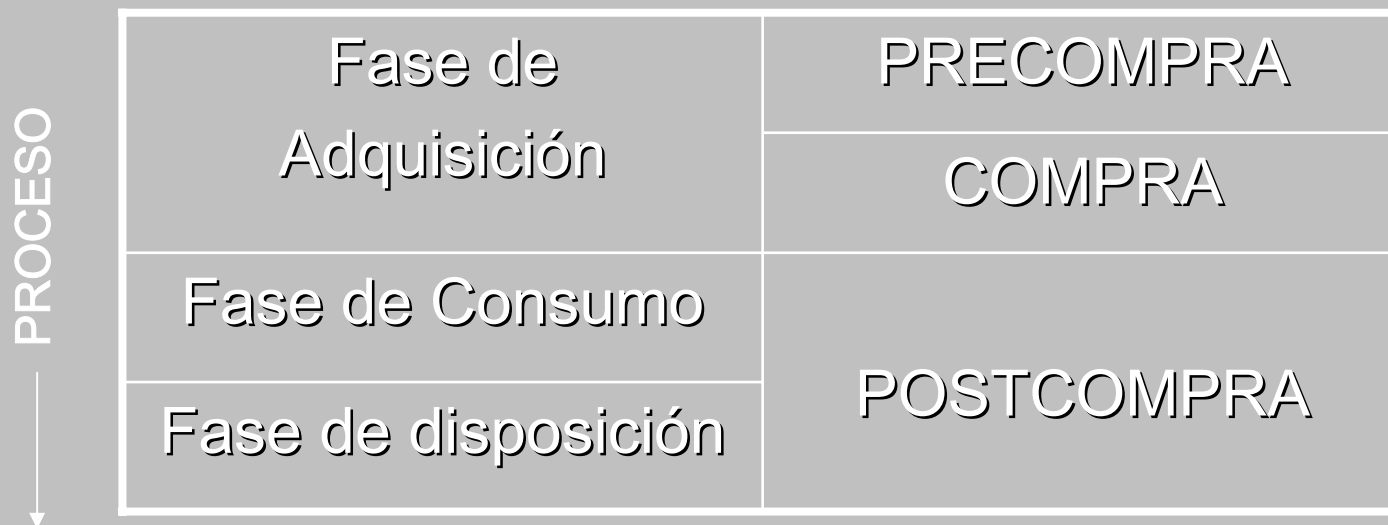
emocionales

y acciones físicas

y además pueden verse influidas por numerosos
factores ajenos al consumidor

Características

1.-El comportamiento del consumidor es un proceso que incluye numerosas actividades



Complejo, multidimensional y difiere en función tiempo
Varía según el tipo de producto y ciclo de vida
El proceso de toma de decisiones es situacional

Características

2.-El comportamiento del consumidor es una conducta motivada.

3.-Pone en funcionamiento todo el sistema psicológico del individuo: cognitivo, afectivo y conductual.

4.-Comporta diferentes roles

COMPRADOR
PAGADOR
USUARIO

Característiques

5.-Compra productos y servicios

TANGIBILIDAD
DURACIÓN
DISPONIBILIDAD



Productos de conveniencia

Productos comprados por impulso

Productos de comparación

Productos de especialidad

Productos no buscados

¿Cómo?

EL COMPORTAMIENTO
DEL CONSUMIDOR ES ÁREA DE ESTUDIO
MULTIDISCIPLINAR

Enfoques:

Enfoque económico

Enfoque psicológico

Enfoque sociológico

Entienden al ser humano de forma diferente
Explican la motivación de forma diferente

Consumidor y estrategia de marketing:

SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

El mercado está formado por el conjunto de clientes con necesidades o beneficios buscados similares

¿Qué buscan los consumidores?

- Las elecciones de los consumidores descansan, no sobre el producto en si, sino sobre los beneficios o servicios que el consumidor espera que se deriven de su uso.
- Productos diferentes pueden responder a una misma necesidad
- Todo producto es un conjunto de atributos o de características
- Un mismo producto puede responder a necesidades diferentes

Consumidor y estrategia de marketing:

MARKETING-MIX

Se puede investigar:

Consumidor y estrategia de producto,

Consumidor y estrategia de precio

Consumidor y estrategia de canal

Consumidor y estrategia de comunicación