

## ТЕМА 2. ПОВЕДІНКА СПОЖИВАЧІВ В ПРОЦЕСІ ПРОДАЖІВ

- Базові постулати поведінки споживачів
- Модель процесу прийняття рішення споживачем про покупку
- Фактори, що впливають на процес прийняття рішення
- Вплив середовища
- Джерела та процедури пошуку інформації для прийняття рішень
- Формування набору альтернатив та процедури їх оцінки

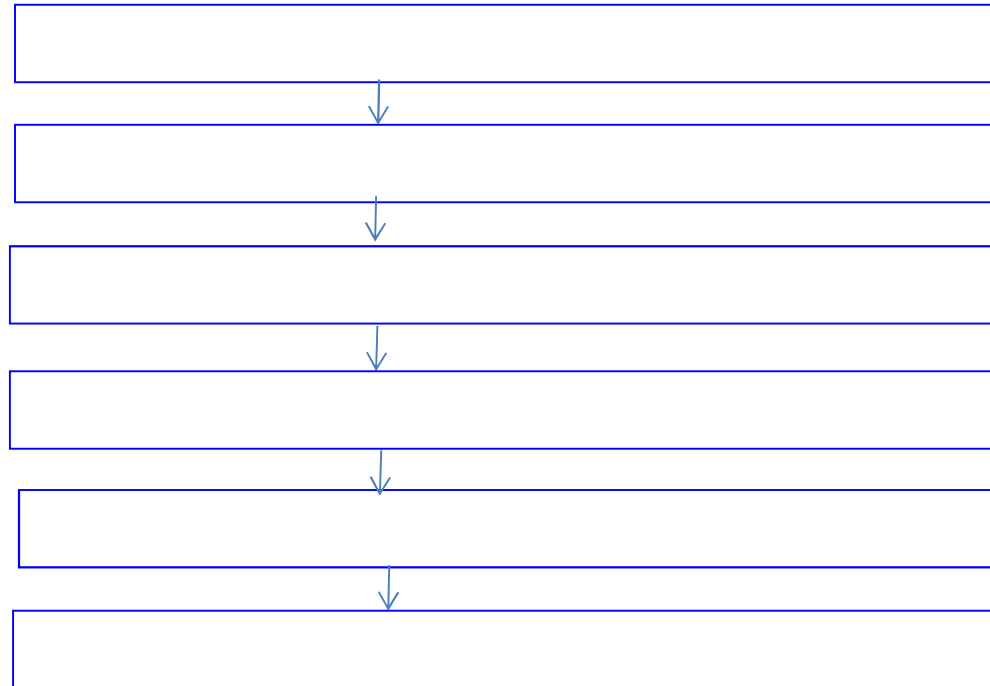
## ➤ Базові постулати поведінки споживачів

- $\frac{dU}{dX} = \frac{dU}{dY}$  ;
- $\frac{dU}{dX} = \frac{dU}{dY}$  ;
- $\frac{dU}{dX} = \frac{dU}{dY}$  ;
- $\frac{dU}{dX} = \frac{dU}{dY}$  ;
- $\frac{dU}{dX} = \frac{dU}{dY}$  ;
- $\frac{dU}{dX} = \frac{dU}{dY}$  ;
- $\frac{dU}{dX} = \frac{dU}{dY}$  ;

## ➤ Права споживачів

— , ,  
— ,  
; —  
—  
( ) — ,  
;

## ➤ Модель процесу прийняття рішення споживачем про покупку



## ➤ Фактори, що впливають на процес прийняття рішення

## ➤ Фактори, що впливають на процес прийняття рішення

## ➤ Фактори, що впливають на процес прийняття рішення

,

## ➤ Джерела та процедури пошуку інформації





## ➤ Джерела та процедури пошуку інформації

- ?
- ?
- ?
- ?

	<b>В магазині</b>	<b>Поза магазином</b>
<b>Особистісні</b>	Торговий персонал Інші покупці	Члени сім'ї та друзі Співробітники Експерти, лідери думок і суб'єкти впливу Форуми в Інтернет
<b>Неособистісні</b>	Етикетки товарів Показчики в магазині Матеріали в місцях продажів	Реклама Каталоги Журнали Телевізійні та радіошоу Сайти в мережі Інтернет

➤ **Формування набору альтернатив і процедури їх оцінки**

