



UNIVERSIDAD DEL SURESTE
ADMINISTRACIÓN Y ESTRATEGIA DE NEGOCIOS
DESARROLLO EMPRESARIAL
SERGIO EDUARDO LUCATERO
ALDO IRECTA

Características demográficas del consumidor.

Es descrito en función a sus características físicas como edad, sexo, estado civil, posición familiar, etc. ayuda a la hora de adquirir un producto.



Características socioeconómicas del consumidor.

Ayudan a la decisión de compra, estados alcanzados y conocimientos adquiridos como la ocupación, profesión, Los ingresos periódicos, los ingresos periódicos.



Características psicográficas del consumidor

son subjetivas y, por tanto, más difíciles de medir. Hay dos variables, la personalidad y los estilos de vida, la primera influye en las necesidades o impulsos inconscientes, son el centro de su comportamiento y el estilo de vida son las actividades, intereses y opiniones de cada persona e incluye la personalidad social.



Diferencias:

La demográfica y la socioeconómicas son más fáciles de percibir por las actitudes o la percepción de ver las cosas de cada persona y la psicográficas son más difíciles de medir por la personalidad.



¿Qué características comparte?

Todas ayudan en la toma de decisiones a la hora de comprar algo en específico, dependiendo del sexo, edad, personalidad, estilo de vida o por sus ingresos.



¿En que nos benefician? Para tomar decisiones correctas y no precipitadas a la hora de comprar o adquirir algún producto o servicio.

