Nombre del alumno: Luis Fernando Dominguez Barrera
Nombre del catedratico:Aldo Irecta
Nombre de la materia: Comportamiento del consumidor
Grupo: A13

Unidad III

¿Que es la percepción del consumidor?

La percepción es el proceso mediante el cual un individuo selecciona, organiza e interpreta los estímulos para formarse una imagen significativa y coherente del mundo.

En el proceso de percepción se identifica un elemento fundamental conocido como sensacion y el cual se considera como la respuesta inmediata de los órganos sensoriales ante un estímulo. En el estudio del comportamiento del consumidor se consideran dos niveles en los cuales un individuo puede experimentar una sensación

•Umbral Absoluto: punto exacto donde se observa la diferencia entre algo y nada.
•Umbral Diferencial: mínima diferencia posible de detectar entre dos estímulos similares.
Para el Marketing cobra fuerza fundamentalmente el concepto de umbral diferencial, pues en un entorno como el de hoy (plagado de estímulos), es necesario realizar esfuerzos significativos para que los consumidores detecten diferencias en el estimulo proyectado por la organización, no en el de la competencia.

¿Que es una sensacion?

La sensación es la respuesta inmediata de los órganos sensoriales ante un estimulo. Un estimulo es cualquier unidad de insumo para cualquiera de los sentidos. Algunos por ejemplo de estímulos (es decir, insumos sensoriales) son los productos, envases, nombres

El marketing de sensaciones tiene que ver con este tipo de experiencias, con tocar la fibra sensible del cliente, con hacerle sentir especial y único.

Se trata de crear en todo el proceso de venta, experiencias únicas y positivas

¿Que son los humbrales?

El resultado final se traduce en el nuevo personal contratado.
Si los elementos anteriores a la selección se consideraron cuidadosamente y los pasos de la selección se llevaron a cabo en forma adecuada, lo más probable que el empleado sea idóneo para el puesto y lo desempeñe productivamente.

UMBRAL ABSOLUTO

Es el nivel mínimo o máximo a partir del cual un individuo puede experimentar una sensación.

MÍNIMO

Es el punto en el que el individuo percibe una diferencia entre algo y nada.

Este umbral absoluto se utiliza en marketing, como referencia a la hora de lanzar mensajes publicitarios (intensidad, tamaño, duración de la campaña, etc.) Que permite al individuo ser consciente del mensaje.

MÁXIMO

Cuando la sensación experimentada por el individuo es tan fuerte que no es percibida en forma completa

UMBRAL RELATIVO O DIFERENCIAL

Este umbral es la diferencia mínima que se puede detectar entre los dos estímulos.