



PASIÓN POR EDUCAR

**Nombre de alumno: Judith Calvo
Díaz**

**Nombre del profesor: Gerardo
Garduño Ortega**

**Nombre del trabajo: Super nota;
consumidor**

PASIÓN POR EDUCAR

Materia: Mercadotecnia

Grado: 5to cuatrimestre

Grupo: A

Comitán de Domínguez Chiapas a 28 de enero de 2022

el consumidor

¿QUIEN ES EL CONSUMIDOR?



Se puede definir al consumidor como una persona que presenta ante el mercadólogo sus deseos y necesidades. Estos tienen características

CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

- Lugar y condiciones de vida
- Género y edad
- Nivel académico
- Nivel de ingresos
- Gastos mensuales
- Número de integrantes en su grupo familiar



PROCEDER DEL CONSUMIDOR



- ¿Cuál es la información que necesita?
- ¿Cómo afronta el problema de comprar?
- ¿Qué lo motiva realmente a comprar?
- ¿Qué producto estás comprando?
- ¿Porque eliges cierta marca? ¿Por qué cambia?

NECESIDADES DEL CONSUMIDOR

El consumidor atiende a dos necesidades: físicas y sociales



HABITOS DE COMPRA DEL CONSUMIDOR

- Reconocer una necesidad.
- Identificar alternativas.
- Evaluar las alternativas.
- Tomar una decisión.
- Adquirir un comportamiento de compra.



TIPOS DE CONSUMIDOR

- Por la forma de adquirir el satisfactor
- Por su preferencia
- Por sus factores de compra
- Por sus impulsos de compra
- Por sus patrones de compra



CICLO DE VIDA DEL CONSUMIDOR

- Edad cronológica (desde un mes hasta los 60 años y más)
- Edad escolar (desde preescolar hasta el posgrado)
- Composición familiar (desde personas solteras a matrimonios)



MOTIVOS QUE IMPULSAN A LA COMPRA RACIONALES

- Economía.
- Eficiencia.
- Conformidad.
- Durabilidad.
- Utilidad.
- Convencimiento.

EMOCIONALES

- Emulación (imitación)
- Conformidad (deseo)
- Individualidad (distinción)
- Comodidad ("todo a la mano")
- Ambición (orgullo)
- Estatus (posición)