



Mi Universidad

Cuadro Sinóptico

Nombre del Alumno: Elías Hernández de los Santos.

Nombre del tema: Influencias Personales.

Parcial : I

Nombre de la Materia: Comportamiento del Consumidor.

Nombre del profesor(a): Mtra. Darling Dolli Guzmán.

Nombre de la Licenciatura: Administración y Estrategias de Negocios.

Cuatrimestre: 5to.

Fecha de entrega: 30/03/23

INFLUENCIAS PERSONALES

PERCEPCIÓN DEL CONSUMIDOR

Conjunto de impresiones, pensamientos y emociones que un cliente tiene en relación con una marca o producto.

Suele darse en un proceso de 3 etapas.

1. Etapa de sensación.
2. Etapa de reflexión.
3. Etapa de reacción.

Importancia de su estudio

- Aumenta la tasa de retención.
- Atrae a más clientes potenciales.

MOTIVACIÓN

Se refiere a los factores subyacentes que se combinan para influir en las decisiones de compra de los clientes.

Principales tipos de motivación que existen.

- Deseo de ganar.
- Miedo a la pérdida.
- Comodidad y conveniencia.
- Seguridad y protección.
- Orgullo de propiedad.
- Satisfacción de la emoción.

Si se comprende qué impulsa el comportamiento del consumidor, se podrá influir en sus decisiones de compra, creando demanda para el producto o servicio.

APRENDIZAJE Y MEMORIA

Proceso que permite a las personas adquirir conocimiento y experiencia en relación a sus compras.

Elementos que lo conforman

1. Motivación.
2. Señales.
3. Respuesta.
4. Razonamiento

Este aprendizaje evoluciona y cambia todo el tiempo en los consumidores al ir adquiriendo diferentes conocimientos.

ACTITUD Y CAMBIO DE ACTITUD

El conocimiento de las actitudes que se tiene sobre el consumidor ayuda a entender a los clientes y a sintonizar con sus necesidades.

Criterios que influyen

- Motivación.
- Atención.
- Conexión.
- Tiempo.
- Billetera.

Medidas para adaptarse al consumidor.

- Sostenibilidad.
- Omnicanalidad.
- Experiencia phygital.
- Flexibilidad.
- Transparencia.
- Seguridad.
- Bienestar.

BIBLIOGRAFÍA

Securitec. (2022, junio 30). Importancia de la percepción del cliente. *Blog de Securitec LATAM*. <https://www.securitec.pe/blog/importancia-percepcion-cliente/>

Redacció, & Blog, N. (2022, mayo 26). *Motivaciones de Compra del Consumidor*. rochiconsulting. <https://www.rochiconsulting.com/blog/motivaciones-de-compra/>

Santamaría, P., Paulina Santamaría Psychology Advisor, P. L., & Simeon Pickers Managing Director, P. L. (2022, junio 9). *Aprende de tu consumidor*. Investigación de Mercado. <https://newsroom.psyma.com/mx/themen/investigacion/aprende-de-tu-consumidor/>

da Silva, D. (2021, septiembre 14). Actitudes del consumidor 2021: ¿qué cambió? ¿Cómo adaptarse? *Zendesk MX*. <https://www.zendesk.com.mx/blog/actitudes-del-consumidor/>