

ASPECTOS PARTICULARES DEL CONSUMIDOR.

Motivación del consumidor

Es un concepto que se podría definir como un un proceso en el que el individuo toma decisiones en base a sus necesidades básicas que tenga, como la alimentación . En donde las empresas deben de tener un papel importante para saber realmente lo que el cliente le motiva a comprar en base a sus gustos y necesidades y el estilo de vida que este pueda tener.

Personalidad del consumidor

La personalidad del consumidor se basa en el comportamiento en que los individuos responden ante las estrategias de marketing que puedan implementar las empresas, es decir, que están buscando, como y cuando realizan los consumidores una compra en relación a sus necesidades.

Teorías de la personalidad

Teoría Freudiana

Explica los pensamientos inconscientes que tienen los individuos, es decir , se consideran los impulsos inconscientes que tienen los individuos al realizar una compra.

Teoría Neofreudiana

Explica la personalidad compuesta por una serie de características que determinan, explican y, hasta cierto punto, permiten predecir el comportamiento de cada persona.

APRENDIZAJE DEL CONSUMIDOR

Es el proceso mediante el cual los individuos adquieren el conocimiento de compra y consumo, y la experiencia que aplicarán a un comportamiento futuro con este mismo fin.

GRUPOS DE REFERENCIA DEL CONSUMIDOR

Son utilizados para darle seguridad a los demás clientes que adquirirán un producto por primera vez, ayudan a decidir a un cliente sobre la compra de algo, con los tips o consejos puedan realizar su compra.

ASPECTOS
PARTICULARES
DEL
CONSUMIDOR.

**Actitud y cambio
de actitud**

Es una serie de creencias, valores y cogniciones que definen a una persona y la caracterizan ante los demás , lo cual lleva a ciertas actitudes que van moldando a una personalidad , en donde se van caracterizando los diferentes tipos de clientes.

Bibliografía: Olson C. J., Comportamiento del consumidor y Estrategia de marketing, México, Mc. Graw Hill, 2006.