



Mi Universidad

Super nota

Nombre del Alumno: **Leticia mayo López**

Nombre del tema: **I. Consumidor, II. Segmentación del consumidor.**

Parcial: **primero**

Nombre de la Materia: **Comportamiento del consumidor**

Nombre del profesor: **Lucero del Carmen García Hernández.**

Nombre de la Licenciatura: **administración y estrategias de negocios.**

Cuatrimestre: **5°**

EL CONSUMIDOR

Aquella persona que consume o utiliza un Bien/producto o servicio para satisfacer una Necesidad. El comportamiento del consumidor es aquella Parte del comportamiento de las personas y las Decisiones que ello implica cuando están Adquiriendo bienes o utilizando servicios para Satisfacer sus necesidades.



Características del consumidor

- Está conectado, el consumidor actual maneja la Internet como el lugar Favorito de búsqueda de productos y servicios, a punto tal que de 63% de Mujeres y 77% de hombres adultos no pasan más de una hora sin conectarse a Sus teléfonos.
- La opinión es importante: Los consumidores actuales comparten todo, Experiencias, sus opiniones, y les gusta sentirse tomados en cuenta.
- Se (des) fidelizan rápido, los consumidores actuales son rápido en su elección De consumó.
- Demanda inmediata, todo debe ser rápido y al instante.
- Persiguen la autenticidad, demandan experiencias originales y busca sentirse A salvo de la publicidad engañosa



Características del comportamiento Del consumidor

- Búsqueda de información
- Lealtad a las marcas
- Elasticidad del precio de la demanda



Tipos de consumidor

- ✓ Consumidor optimista, aquel que busca un equilibrio entre precio y Calidad
- ✓ Consumidor activista, busca que su compra haga en función de Determinados valores, como protección del medio ambiente.
- ✓ Consumidor emocional o impulsivo, aquel que se deja llevar por el Momento.
- ✓ Consumidor conservador, aquel que prioriza el precio ejercicio Búsqueda del ahorro.
- ✓ Consumidor racional, hace un ejercicio reflexivo antes de comprar.
- ✓ Consumidor escéptico, aquel que no es fácil de convencer.



Factores que influyen en el estilo de vida del consumidor

- + Factores externos
 - cultura
 - valores
 - aspectos demográficos
- + Factores internos
 - Percepción
 - Aprendizaje
 - Motivación



Proceso de compra

- Necesidad sentida
- Actividad previa a la compra
- Decisión de compra
- Sentimientos posteriores a la compra

PROCESO DE COMPRA-VENTA



SEGMENTACIÓN

Proceso por el cual se divide el mercado en varios segmentos de acuerdo con las necesidades de los consumidores.

Bases para la segmentación

- comportamiento
- Datos demográficos
- pictográficos
- Datos geográficos

