

UDS

NOMBRE DE ALUMNO: ITZEL ABIGAIL TLAMANI LOPEZ

NOMBRE DEL PROFESOR: ALEJANDRO AGUILAR

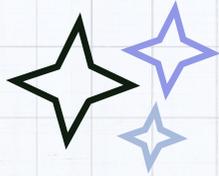
NOMBRE DEL TRABAJO: CUADRO SINOPTICO

MATERIA: COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

GRADO: 5TO CUATRIMESTRE

GRUPO: LAN

EL CONSUMIDOR



1.1 EL CONSUMIDOR

En la actualidad las organizaciones más exitosas del mundo han alcanzado un nivel de satisfacción de los consumidores, transformando la organización entera para servirles y permanecer cerca de ellos.

CONSUMIDOR: Aquella persona que consume o utiliza un bien/producto o servicio para satisfacer una necesidad.

COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR: Aquella parte del comportamiento de las personas y las decisiones que ello implica cuando están adquiriendo bienes o utilizando servicios para satisfacer sus necesidades.

J. Paul Peter Los consumidores cambian su modo de consumir: los actuales son muy distintos a los del capitalismo temprano. La revolución tecnológica nos cambió a nosotros tanto **CONSUMIDOR:** Aquella persona que consume o utiliza un bien/producto o servicio para satisfacer una necesidad. **COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR:** Aquella parte del comportamiento de las personas y las decisiones que ello implica cuando están adquiriendo bienes o utilizando servicios para satisfacer sus necesidades. El comportamiento del consumidor abarca los pensamientos y sentimientos que experimentan las personas, así como las acciones que emprenden, en los procesos de consumo.



1.2 CARACTERÍSTICAS DEL CONSUMIDOR

Los consumidores actuales son muy distintos de los que había en el capitalismo temprano. La revolución tecnológica los cambió tanto como al mercado en el que se desenvuelven. Así a grandes rasgos podemos decir que responden a las siguientes características, las cuales son fundamentales:

Está conectado: El consumidor actual maneja la internet como el lugar favorito de búsqueda de productos y servicios, a punto tal de que 63% de mujeres y 77% de hombres adultos no pasan más de una hora sin conectarse con sus teléfonos celulares.

La opinión es importante: Los consumidores actuales comparten todo: sus experiencias, sus opiniones, y les gusta sentirse tomados en cuenta. Las redes sociales y la cultura 2.0 permitieron que la brecha entre empresa y cliente se hiciera más corta, y los consumidores de hoy no están dispuestos a renunciar a ello.

Se (des)indican rápidos: Los consumidores actuales son rápidos en su elección de consumo, se identifican rápido con las marcas que se manejan en su lenguaje y que sepan tomarlo en cuenta, pero con la misma velocidad pueden renunciar a ella y cambiar a otra si esta deja de satisfacer sus expectativas.

Demanda inmediatez: Los largos tiempos de espera y los canales lentos de comunicación no tienen lugar en el imaginario del consumidor contemporáneo. Todo debe ser rápido y al instante.

Persigue la autenticidad: Más que productos y bienes, demanda experiencias originales y busca sentirse a salvo de la publicidad engañosa. Exige lealtad a sus empresas y a cambio ofrece ser un cliente exclusivo.

