

Título del documento

Modelo del comportamiento de compra del consumidor

Nombre del docente

Eliseo Mendoza Montero

Fecha de producción

12/ 12/ 2022

Lugar

Querétaro, Qro.

Programa educativo (Marque un solo programa con una X):

P4. TSU en Desarrollo de Negocios Área Mercadotecnia - Intensivo

Nombre de la asignatura

Comportamiento del consumidor

Unidad Temática

1

Propósito

Que el alumno conozca el modelo del comportamiento de compra del consumidor.

Referencia (en formato APA):**Licencia Creative Commons:**

Pegue aquí la licencia



**MODELO DEL
COMPORTAMIENTO DE
COMPRA DEL CONSUMIDOR**

DEFINICION DE MODELO

Un **modelo** es un bosquejo **que representa** un conjunto real con cierto grado de precisión y en la forma más completa posible, pero sin pretender aportar una réplica de lo **que** existe en la realidad.

Los modelos están por todos lados, a pesar que difícilmente nos percatemos de su existencia.

Los modelos son guías de cosas existentes.

Explican cómo funcionan las cosas, cómo están interconectadas, lo que significan.

DEFINICION DE MODELO

Los modelos de marketing son muy útiles.

Ayudan a representar cómo tus servicios producen resultados para tus clientes.

Organizan las cosas de una manera lógica y simple, de una forma que tiene sentido y es fácil de seguir

MODELO DE TOMA DE DECISIONES EN MARKETING



Conocer el **modelo del comportamiento del consumidor** puede ser de gran importancia para el éxito de las estrategias comerciales y de marketing de una empresa, pues permite desarrollar acciones basadas en lo que los clientes necesitan para satisfacer sus necesidades.

Un modelo del comportamiento del consumidor es un constructo matemático o psicológico para representar los comportamientos comunes observados entre determinados grupos de clientes, con el fin de predecir cómo se comportarán clientes similares en circunstancias parecidas.

Los modelos de comportamiento del consumidor suelen basarse en la extracción de datos de los clientes, y cada modelo está diseñado para responder a una pregunta en un momento dado.

MODELOS DE COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

Uno de los principales desafíos a los que se enfrentan las empresas, es conocer el comportamiento del consumidor. Se define un modelo que consta de los siguientes elementos.

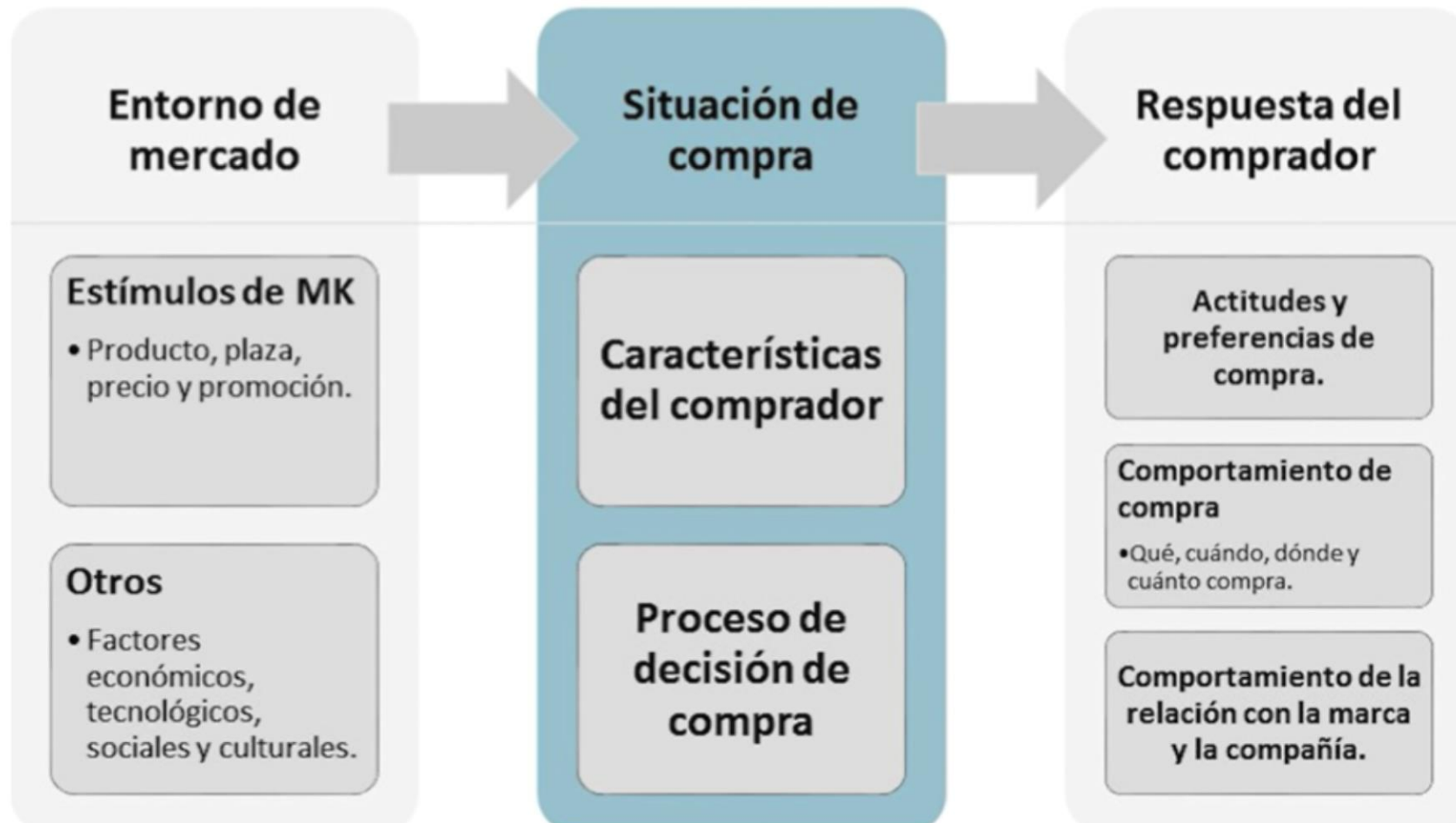
Encontramos por un lado, el entorno en el que se desenvuelve el consumidor y la empresa, formado por los factores del entorno general, a los que hay que agregar los estímulos de marketing que plantean las empresas.

Entre los factores del entorno general, están los político-legales, económicos, socio-culturales, tecnológicos y ecológicos.

En medio de esto, se encuentra lo que se denomina «la caja negra del consumidor» y que incluye las características del consumidor y el proceso de decisión de compra. En la.

En la otra parte se encuentran las características y que afectan a su comportamiento, como son sus actitudes y preferencias de compra, el comportamiento de compra (qué compran, cómo compran, dónde compran...) y su relación con las empresas y las marcas.

Modelo de comportamiento de los consumidores



Características que afectan el comportamiento del consumidor

Culturales

- Cultura.
- Subcultura.
- Clase social.

Sociales

- Grupos de referencia.
- Familia.
- Papeles (roles) y estatus.

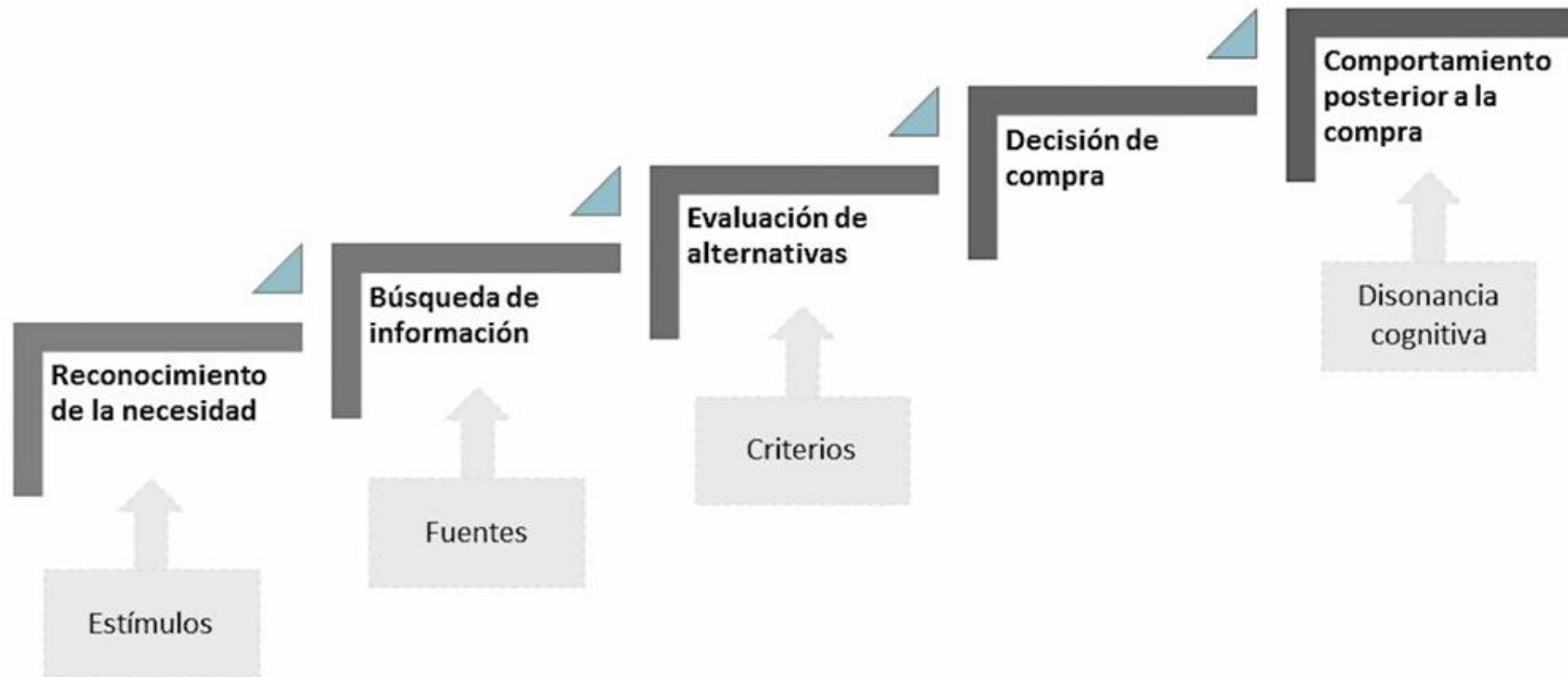
Personales

- Edad y etapa del ciclo de la vida.
- Ocupación.
- Situación económica
- Estilo de vida.
- Personalidad y autoconcepto.


Psicológicos

- Motivación.
- Percepción.
- Aprendizaje.
- Creencias y actitudes.

Proceso de toma de decisiones del consumidor



Características de los mercados de negocios



Estructura del mercado y demanda.

Naturaleza de la unidad de compra.

Tipos de decisiones y el proceso de decisión.

