



КАЗУС

ПО ВАМВ 639 «ПОТРЕБИТЕЛСКО ПОВЕДЕНИЕ»

Изготвил:

Проверил:

София, 2017

1. Изведете разликите в потребителско поведение на жените и мъжете при покупка на битова техника.

Имайки предвид, че навикът задвижва повечето решения за покупки и поведението на потребителите, компаниите се фокусират върху първоначалното решение за покупка, за да получат предимство преди създаването на навик, като това гарантират, че техните продукти или услуги ще дадат информация за евентуалното формиране на навици. Тези усилия са насочени към следното:

Според проучване на Блумбърг жените правят над 85% от потребителските покупки на домакинска техника. Жените като цяло се считат за по-сложни купувачи, отколкото мъжете, като на тях им трябва повече време за вземане на решение за покупка¹.

Мъжете предпочитат да купят работещ продукт, отколкото да продължат да пазаруват, докато пазаруват с надеждата да намерят перфектното решение. С други думи, жените са по-селективни и по-склонни да купуват продукт, който отговаря на всичките им изисквания².

Според проучване от АМР подходът на жената към пазаруването е голяма част от това коя е тя. Начинът, по който жените пазаруват, когато са на 18 години, е същия, по който те пазаруват на 43 години. Това е начин на мислене през целия живот. Това прозрение е било неочаквано, тъй като повечето наблюдатели очакват навиците на жените да се променят с възрастта³.

Проучването на АМР твърди, че жените попадат в четири групи, които диктуват съответните си модели на пазаруване:

- Социални катализатори. Тази група представлява малко повече от една трета от жените. Те са склонни да бъдат плановици, организатори, да се гордеят със своя приятелски статус и да се смятат за експерти в рамките на техния социален кръг. Като следствие, те са склонни да бъдат "влиятелни".

- Естествени хибриди. Тази група от стабилни жени представлява около една трета от жените, малко по-малко от групата на социалните катализатори. Естествените хибриди действат в постоянно състояние на равновесие. Те знаят, че има време и място за всичко. Техният подход към пазаруването попада между безопасни и

¹ <https://www.bloomberg.com/businessweek/videos/2013-07-22/women-make-up-85-percent-of-all-consumer-purchases/>

² https://www.amazon.com/gp/product/0471369209/ref=as_li_qf_sp_asin_il_tl?ie=UTF8&camp=1789&creative=9325&creativeASIN=0471369209&linkCode=as2&tag=monecras-20

³ <https://www.mediapost.com/publications/article/65989/#axzz2hzzgtNRr>