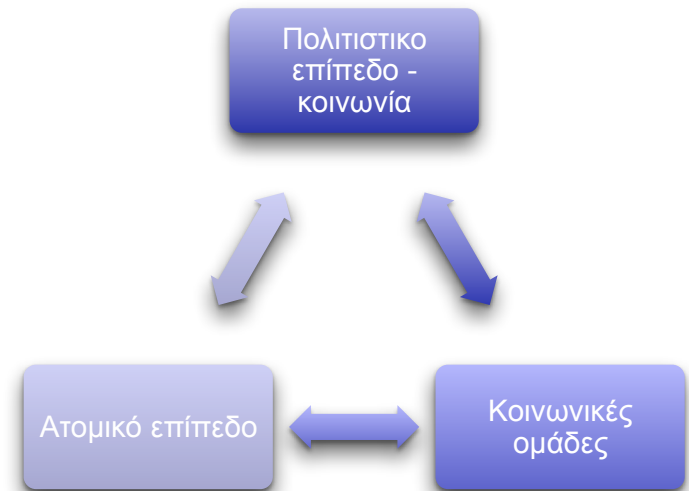


Συμπεριφορά Καταναλωτή

Χαρακτηριστικά καταναλωτών
Διαδικασία Λήψης απόφασης
Internet και συμπεριφορά καταναλωτή.

Συμπεριφορά Καταναλωτή

- Ο τρόπος με τον οποίον τα άτομα ή οι ομάδες αγοράζουν και χρησιμοποιούν τα προϊόντα – υπηρεσίες – ιδέες για να ικανοποιήσουν τις ανάγκες και τις επιθυμίες τους.
- Παράγοντες που επηρεάζουν την συμπεριφορά των καταναλωτών
 - Κοινωνία - Κουλτούρα - πολιτισμός
 - Εθνικές - Φυλετικές - Κοινωνικές ομάδες
 - Ατομικό επίπεδο
- Διαφορετικές κουλτούρες σε κάθε χώρα-αγορά
- Προκλήσεις για επιχείρηση - οργανισμό.
- Διαχείριση διαφορετικών κουλτούρων



(consumer) moves in mysterious ways ... (1)

Η μύρα Corona αντιμετωπίζει μια ιδιαίτερη πρόκληση... λόγω του ονοματός της...
38% καταναλωτών στην Αμερική θεωρούν ότι κινδυνεύουν από την μύρα Corona..





(consumer) moves in
mysterious ways ... (2)

Στο Panic Buying των ημερών
εξαφανίστηκε (στο εξωτερικό...) το
χαρτί υγείας...

Στην Ελλάδα σε ότι αφορά τα FMCG*...



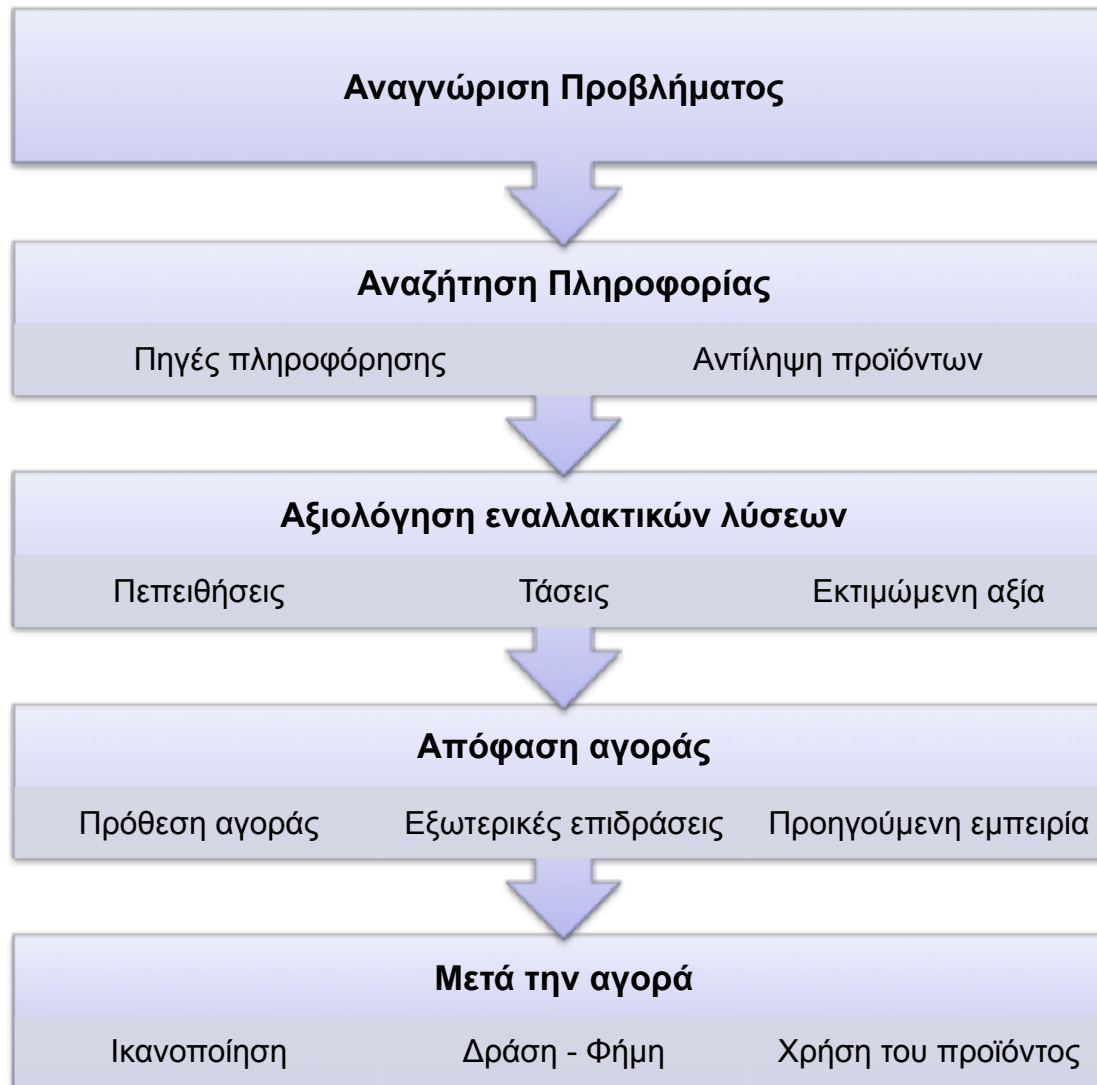
* Fast-moving consumer goods (FMCG)



Ο Πρωταθλητής όμως
ήταν τα Πάζλ!

Λόγω της αλλαγής των
συνθηκών καταγράφηκε αύξηση
2675,5% στις πωλήσεις τους.

Διαδικασία λήψης απόφασης από Καταναλωτή



Σε κάθε στάδιο το Marketing, είναι σε θέση να παρέμβει επηρεάζοντας την τελική απόφαση του καταναλωτή



Χαρακτηριστικά καταναλωτών

1. Δημογραφικά

- ηλικία - φύλλο - μορφωση
- εισοδημα - εργασία
- οικογενια

2. Γεω-δημογραφικά

- κατανομή στον χώρο - γεωγραφική

3. Ψυχολογικά

- τρόπος ζωής - στάση απέναντι σε καθημερινά θέματα
- αντιλήψεις και στάσεις καταναλωτών

4. Συμπεριφορικά χαρακτηριστικά

- εμπειρία και μάθηση
- αντιδράσεις σε μηνυματα
- ευκολία επηρεασμού - λήψης απόφασης.

Ευκολία μέτρησης?

Συμβολή στην πρόβλεψη της συμπεριφοράς των καταναλωτών?

Χρήση Internet για την “παρακολούθηση” των καταναλωτών

Δημογραφικά Χαρακτηριστικά καταναλωτών

1. Ηλικία

- Baby Boomers - Generation X - (iGeneration?)
- Ηλικιακή Πυραμίδα
- Κάθε ηλικία χρησιμοποιεί διαφορετικά μέσα επικοινωνίας

2. Μόρφωση - Εκπαίδευση

- Πρωτοβάθμια - Δευτεροβάθμια - Τριτοβάθμια
- Εμπειρίες - Μόρφωση?

3. Εισόδημα

- Εργασία - διαθέσιμο εισόδημα

4. Κοινωνικές Ομάδες

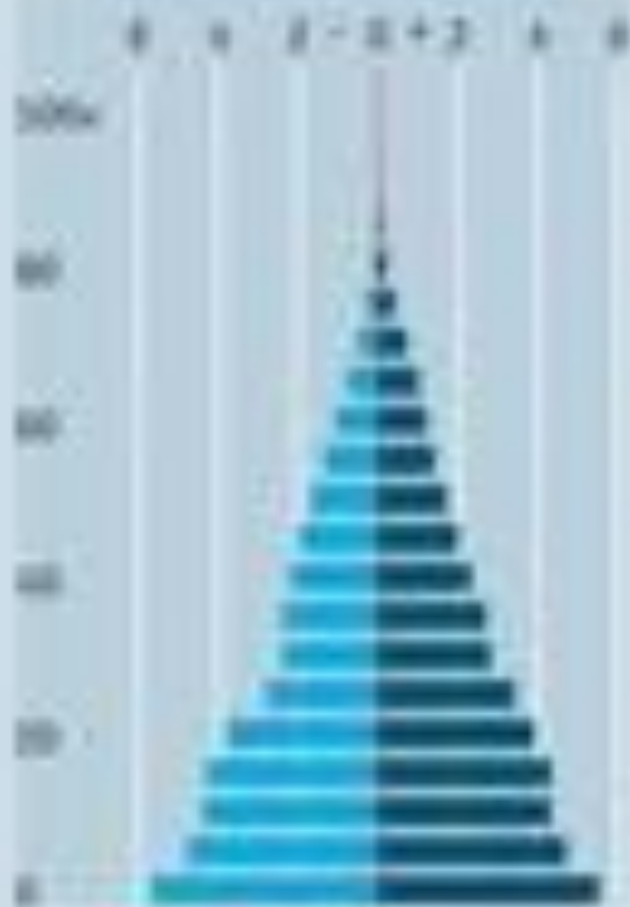
5. Εθνοτικές ομάδες - μειονότητες

6. Θρησκεία

From pyramid to kite

Japan's population by age group, in

1950



2000



2020 Forecast



Source: National Institute of Population and Social Security Research

Source : http://www.economist.com/blogs/dailychart/2010/11/japans_population

Οι δημογραφικές
αλλαγές

Το τέλος της δημογραφικής πυραμίδας
και οι αλλαγές που θα επιφέρουν στο
marketing και τις αγορές.
(δες επίσης <http://econ.st/1u5Myt2>)

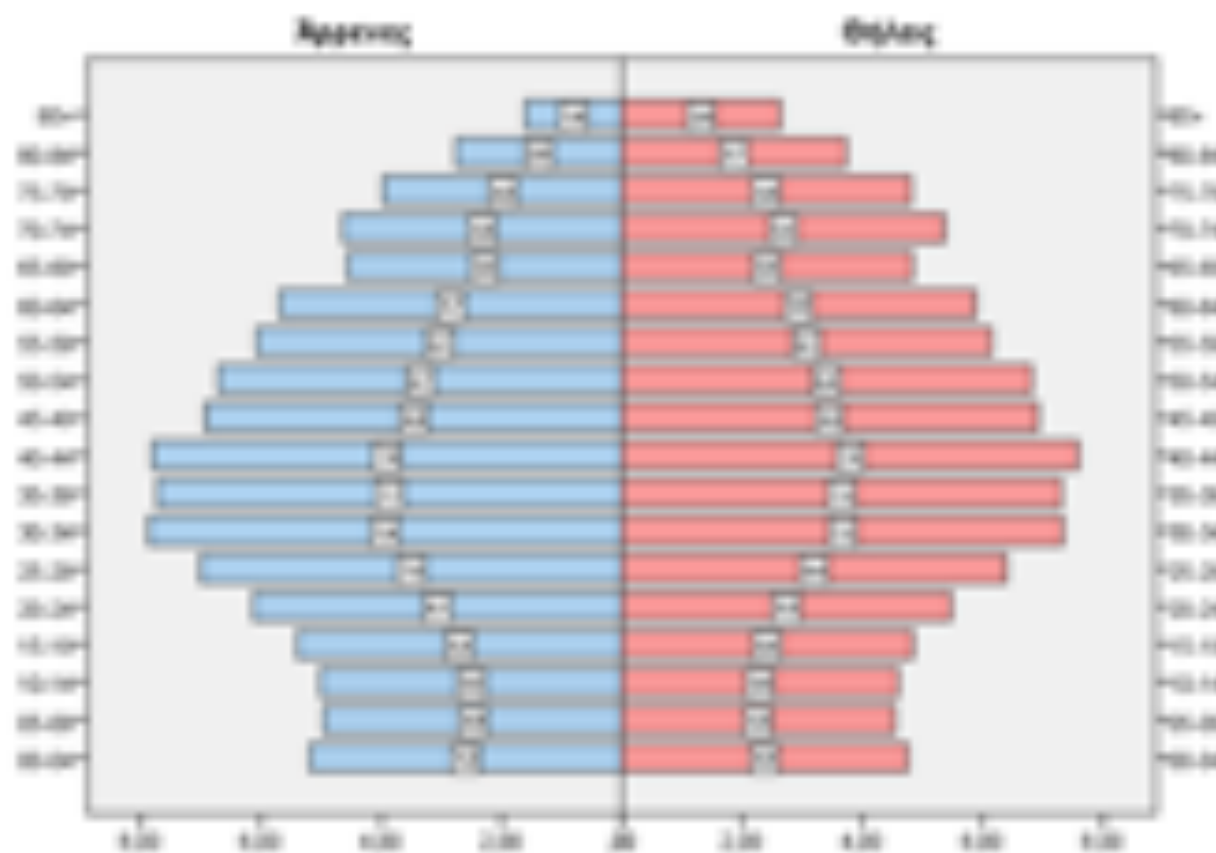


Μια αλλαγή που θα
αλλάξει το τοπίο

Η απόφαση της Κίνας για την άρση του περιορισμού του ενός παιδιου ανα οικογένια θα αλλάξει την παγκόσμια αγορά, τα επόμενα 20+ χρονια.

και όχι μόνο στον κόσμο...

Ηλικιακές ομάδες Πληθυσμός και ποσοστά κατά φύλο



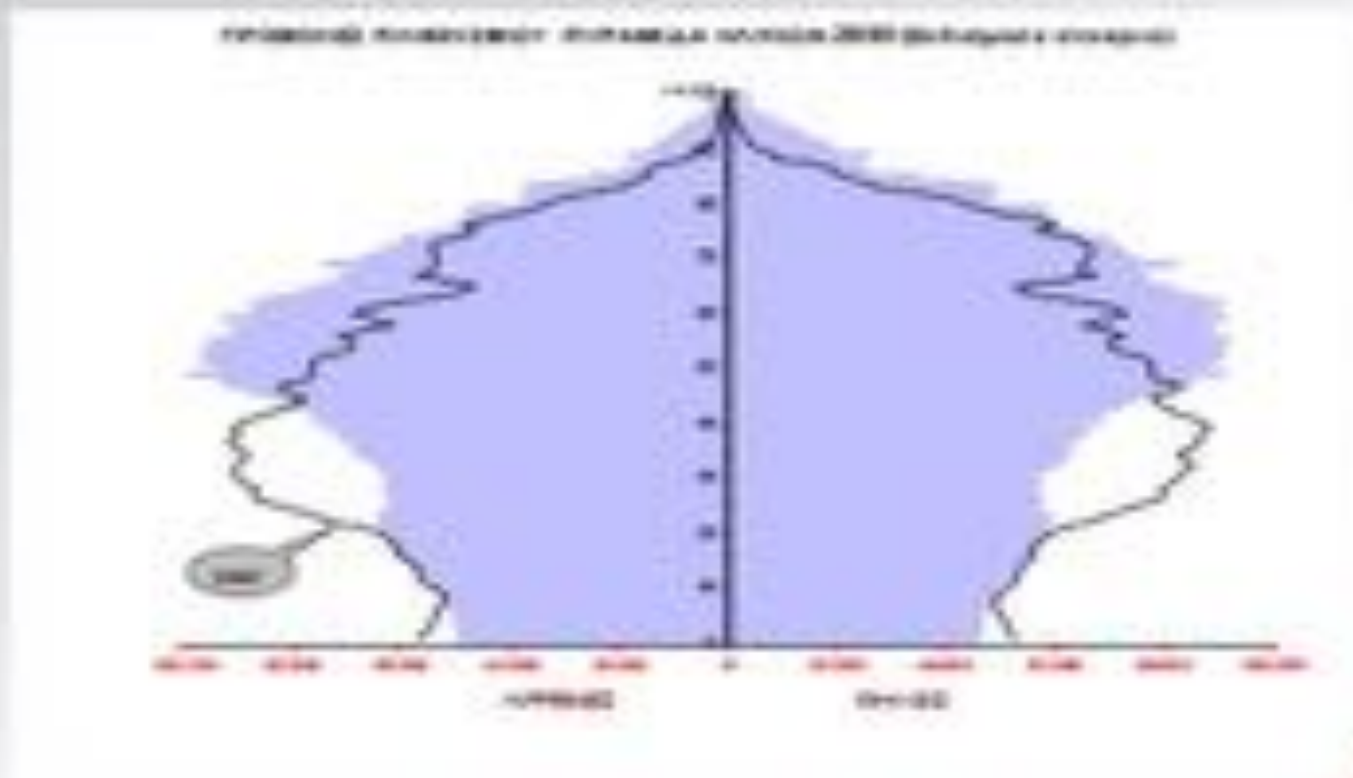
Πηγή: Ελληνική Στατιστική Αρχή <https://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/SAM03/2011>, <https://bit.ly/2VaoUiW>

Τα στοιχεία για την Ελλάδα είναι δυσοίωνα (2011) ...

.... όπως και οι εκτιμήσεις για το 2030

Σύγχρονες Δημογραφικές Εξελίξεις

Διάγραμμα 5. Ηλικιακή πυραμίδα Ελλάδας 2030, (ενδιάμεσο σενάριο)



Μια νέα αγορά με πιο “δύσκολους” καταναλωτές ?

Η γήρανση του πληθυσμου δημιουργεί σημαντικά θέματα στο marketing καθώς η καταναλωτική συμπεριφορά και ο τρόπος που οι μεγαλύτεροι χρησιμοποιούν τα ψηφιακά μέσα αλλάζει

The adult diaper market is growing, but no one wants to talk about it

BY BILLY BARRIS AND STEPHAN LARSEN | Reuters

Posted October 22, 2019 12:00 pm



Adult diapers marketed as feminine and sexy are displayed in a grocery store in Chicago, Illinois, U.S., October 16, 2019. REUTERS/Steve Delaney



Χάσμα γεννεών;

Αλλαγές στις επιδιώξεις, και στον τρόπο ζωής. Η ψηφιακή επικοινωνία αποκτά κυριάρχο ρόλο.



Εθνοτικές Ομάδες - Μειονότητες

Το μεγάλο ποσοστό Ισπανόφωνων στην Αμερική έδωσε μεγάλη ώθηση σε προϊόντα και υπηρεσίες που απευθύνονταν σε αυτήν την ομάδα πληθυσμού και μετέβαλλε και τη συμπεριφορά των άλλων ομάδων.

Πολιτισμικά - Κοινωνικά Χαρακτηριστικά καταναλωτή

- Αξίες - κουλτούρα κοινωνίας
 - Ιδιαιτερότητες τοπικών κοινωνιών
 - Σημασία κοινωνικών τάξεων
 - Αξίες - στάσεις - συμπεριφορά κοινωνίας απέναντι στη δουλειά την οικογένεια κλπ.
- Τάσεις που επικρατούν
 - Περιβαλλοντική ευαισθητοποίηση
 - καταναλωτικές τάσεις
- Υπαρξη σημαντικών ομάδων-ατόμων αναφοράς
 - Ηγέτες γνώμης
 - Οικογένια - ρόλος συζύγου
- Διαφορές ανάμεσα έθνη και κοινωνίες - ειδικά όταν χρησιμοποιούμε το ψηφιακό marketing για να προωθήσουμε το marketing σε αγορές του εξωτερικού.



Τα ΙΚΕΑ στη Σαουδική Αραβία

Ο κατάλογος της ΙΚΕΑ στη Σουηδία και στη Σαουδική Αραβία. Πολιτιστικές, θρησκευτικές, κοινωνικές αντίληψη για το ρόλο της γυναίκας.



Τα ΙΚΕΑ στην Κίνα

Η συμπεριφορά των καταναλωτών στην Κινέζικη αγορά προβλημάτισε τα στελέχη της Σουηδικής εταιρίας



Αναγνωρίστε το
προϊόν

Οι διαφορετικές αντιλήψεις και προτιμήσεις των καταναλωτών πρέπει να λαμβάνονται υποψιν.

Ψυχολογικά Χαρακτηριστικά καταναλωτή

- **Ανάγκη** → **Κίνητρο**
 - Κατευθυνση - Ένταση
 - Διάρκεια-επιμονή
 - Υπάρχουσες - νέες (**δημιουργία αναγκών**)
- **Αντίληψη**

Η διαδικασία με την οποία επιλέγουμε, οργανώνουμε και εξηγούμε τις πληροφορίες που διαθέτουμε
- **Μάθηση**

Εμπειρίες που αλλάζουν την μελλοντική μας συμπεριφορά
- **Μνήμη**
 - Βραχυπρόθεσμη-Μακροπρόθεσμη μνήμη
 - Συνειρμοί
 - Διαδικασία ανακτήσης μνήμης



Η πυραμίδα του Maslow



Basic
Human
Needs



Καμπύλη υιοθέτησης καινοτομίας από καταναλωτές (Καμπύλη Rogers)



Rogers' bell curve



Υιοθέτηση social media

Συμπεριφορά και στάσεις καταναλωτών απέναντι στα social media
first movers' advantage?

Μοντέλο Συμπεριφοράς Καταναλωτή

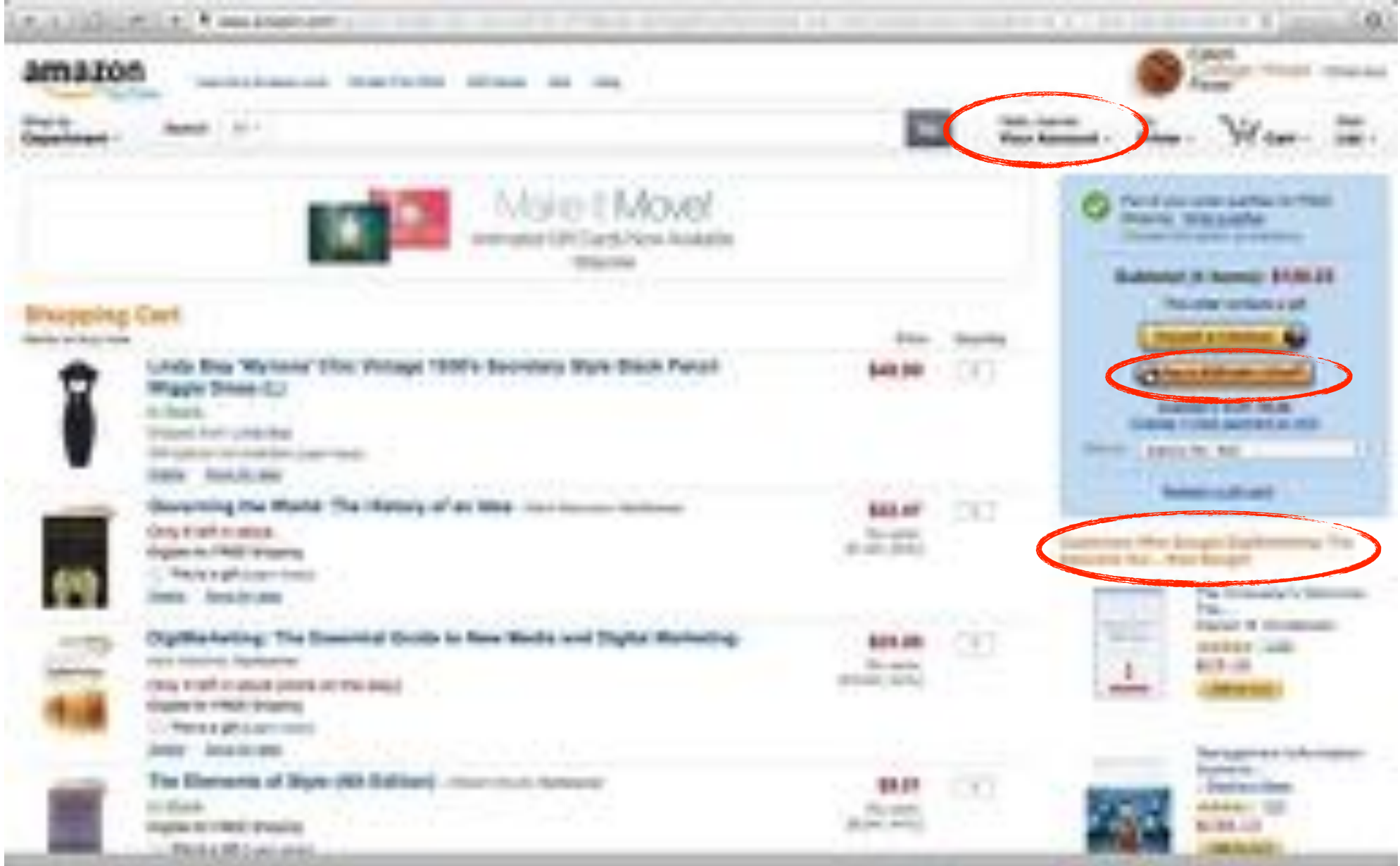


Λόγοι Χρήσης του διαδικτύου

- Διασκέδαση - ψυχαγωγία
- Αναζήτηση πληροφοριών
- Εργασία - συναλλαγές - αγορές
- Επικοινωνία
- Κοινωνικοποίηση
- Διαφύγη από το κοινωνικό περιβάλλον
- Επιθυμία καινοτομίας

Συμπεριφορά καταναλωτή στο internet

- Ετερογένεια καταναλωτών
- ... αλλά και Εξατομίκευση
- Πρόσβαση σε αντικειμενικές πληροφορίες
 - information overflow? fake news?
 - ορθολογικά μοντέλα αποφάσεων?
- Ενδυνάμωση καταναλωτή
 - γνωστοποίηση προτιμήσεων
 - ενεργός ο ρόλος των καταναλωτών στη δημιουργία αξίας
- Απλοποίηση διαδικασιών (one stop shopping)
 - καταναλωτές σε ... fast forward
 - **Αρχή των 3 clicks**



Amazon: the everything store

Ετερογένεια: ο κόσμος
Εξατομίκευση (recommended for you)
Πληροφορηση καταναλωτή
Απλοποίηση διαδικασιών

Σχήμα 3: Άλλες αγοραστικές τάσεις



Covid19 και συμπεριφορά καταναλωτή...
online ευκαιρίες

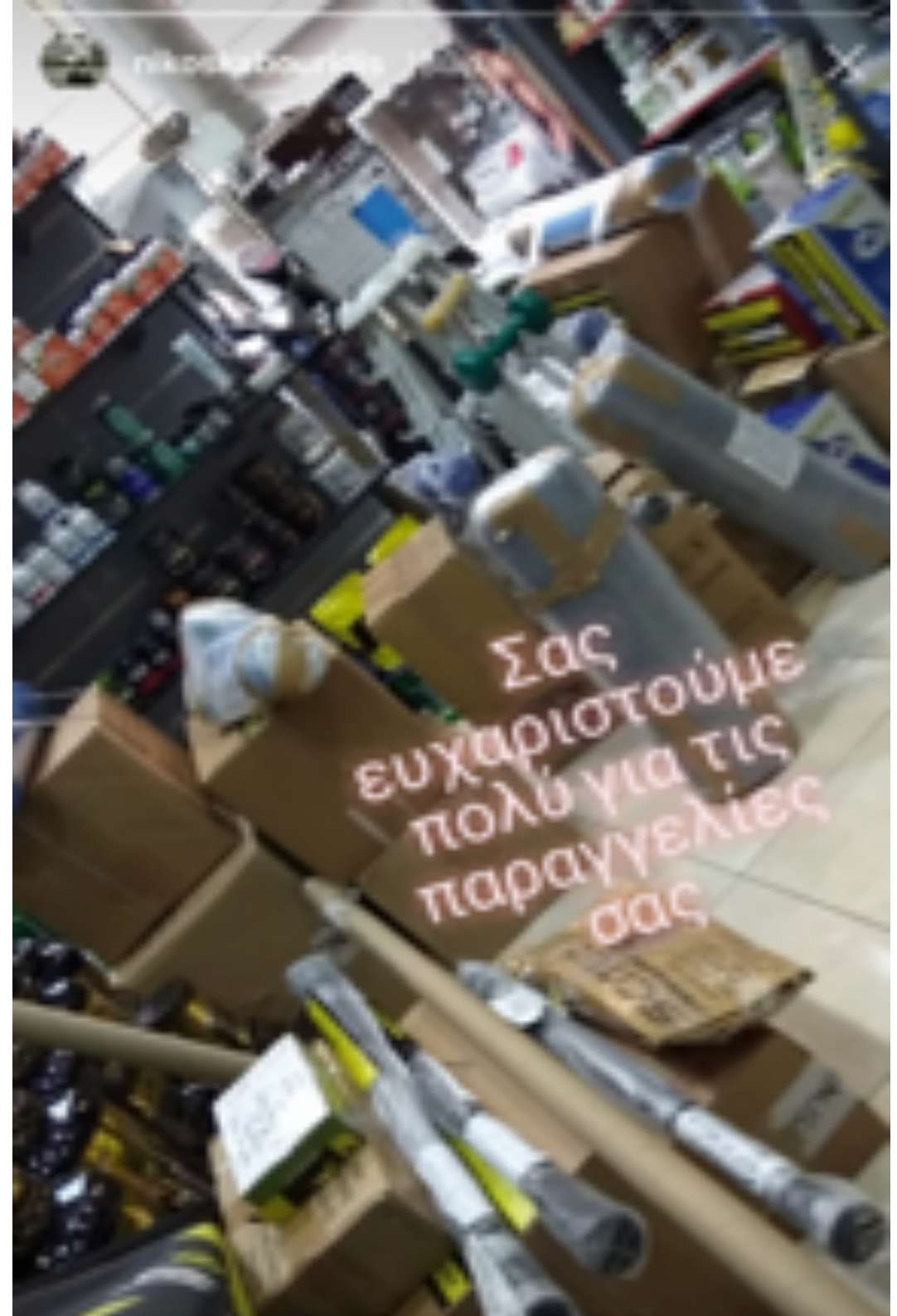
Οι αλλαγές που συμβαίνουν αυτήν την περίοδο ίσως έχουν μια πιο μονιμη επίδραση στη συμπεριφορά του καταναλωτή (46% θα διατηρούσε τις συνήθειες αυτές και μετά την κρίση).

Πηγή ΙΕΛΚΑ (2020), <http://www.ielka.gr/?p=2669>

Σημαντικές ευκαιρίες ειδικά για το ηλεκτρονικό εμπόριο

αύξηση 625,6% κατέγραψαν τα
όργανα γυμναστικής και 492,7% οι
διάδρομοι γυμναστικής...

Σημείωση : Πραγματική φωτογραφία από eshop...



Τι μάθαμε σήμερα ...

- Τα βασικά στοιχεία που επηρεάζουν τη συμπεριφορά του καταναλωτή.
- Διαδικασία λήψης Απόφασης αγοράς - επιλογή
- Τα βασικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών
- Λόγοι χρήσης Ιντερνετ και συμπεριφορά καταναλωτή
- Συμπεριφορά καταναλωτή σε κρίση?

Τι δεν ειδαμε!

(και πρέπει να έχετε υπόψιν σας)

- Τα ψυχογραφικά χαρακτηριστικά των καταναλωτών
- Ψυχολογικές διαδικασίες - μάθηση & εμπειρία
- Στάσεις και αντιλήψεις καταναλωτών
- Τμηματοποίηση με βάση τη συμπεριφορά
- Σημειώστε λοιπόν ότι το αντικείμενο της συμπεριφοράς καταναλωτή είναι πολυπλοκο και πολυπλευρο, αλλά πολύ σημαντικό.
- Να θυμάστε ότι ο καταναλωτής moves in mysterious ways...

Βιβλιογραφία, υλικό για περαιτέρω μελέτη και ενημέρωση ...

- Βλαχοπούλου Μ., Δημητριάδης Σ., (2014), e-Επιχειρείν και Marketing. Καινοτόμα μοντέλα σε ψηφιακό Περιβάλλον., (ενδεικτικά το κεφάλαιο 2)
- Βλάχβη Α. , Μαρκετιγγκ: Αρχές, στρατηγικές, εξελίξεις και νέα δεδομένα. (κεφάλαιο 4).
- Ναυτεμπορική : Nielsen: Αύξηση πάνω από 100% στις αγορές τροφίμων και απορρυπαντικών φέρνει ο Covid-19 στο <https://www.naftemporiki.gr/finance/story/1586890>
- Capital.gr, Τα πάνω-κάτω έφερε στο ηλεκτρονικό εμπόριο ο κορονοϊός, στο <https://www.capital.gr/epixeiriseis/3443607/ta-pano-kato-efere-sto-ilektroniko-emporio-o-koronoios>
- Business Daily GR : Η πανδημία φέρνει μόνιμες αλλαγές στις συνήθειες των καταναλωτών, στο https://www.businessdaily.gr/oikonomia/13882_i-pandimia-fernei-monimes-allages-stis-synitheies-ton-katanaloton + <http://www.ielka.gr/?p=2669>
- Business Daily GR : «Έκρηξη» παραγγελιών 400% στα on line σούπερ μάρκετ, στο https://www.businessdaily.gr/epiheiriseis/12634_ekrxi-paraggelion-400-sta-line-soyper-market