

NAKUPNO VEDENJE PORABNIKOV



Prosojnice pripravila:
Dr. MAJA KONEČNIK

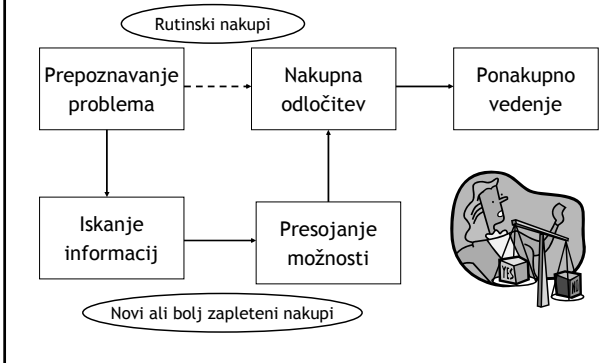
VSEBINA PREDAVANJA

- ✓ Model nakupnega vedenja
- ✓ Proces nakupnega odločanja (stopnje)
- ✓ Oblike nakupnega vedenja
- ✓ Dejavniki, ki vplivajo na nakupno vedenje

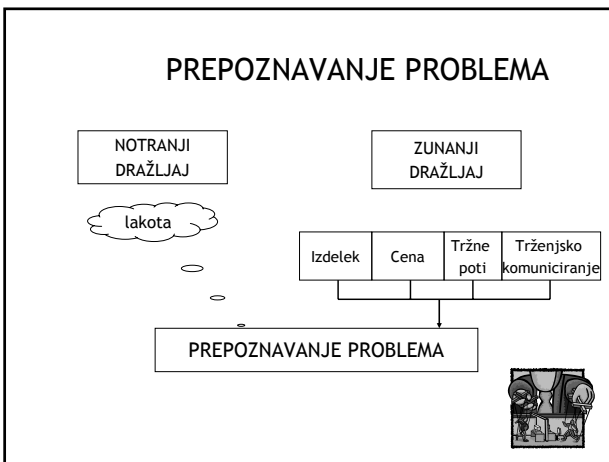
MODEL NAKUPNEGA VEDENJA

TRŽENJSKI DRAŽLJAJI	DRUGI DRAŽLJAJI	KUPČEVE ZNAČILNOSTI	KUPČEV PROCES ODLOČANJA	KUPČEVE ODLOČITVE
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Izdelek ✓ Cena ✓ Tržne poti ✓ Trženjsko komuniciranje 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Gospodarski ✓ Tehnološki ✓ Politični ✓ Kulturni 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Kulturne ✓ Družbene ✓ Osebne ✓ Psihološke 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Prepoznavanje problema ✓ Iskanje informacij ✓ Presojanje možnosti ✓ Nakupna odločitve ✓ Ponakupno vedenje 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Izbira izdelka ✓ Izbira BZ ✓ Izbira trgovca ✓ Čas nakupa ✓ Obseg nakupa

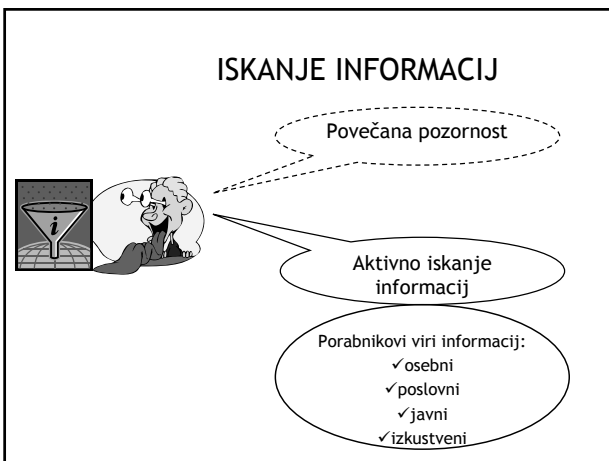
PROCES NAKUPNEGA ODLOČANJA



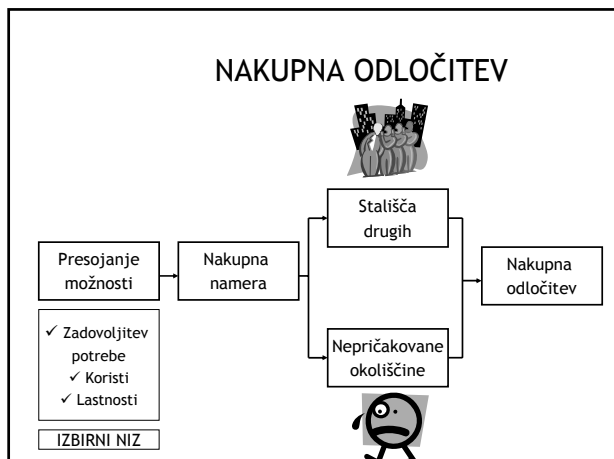
PREPOZNAVANJE PROBLEMA



ISKANJE INFORMACIJ



NAKUPNA ODLOČITEV



PONAKUPNO VEDENJE

PRIČAKOVANJA





NEZADOVOLJSTVO

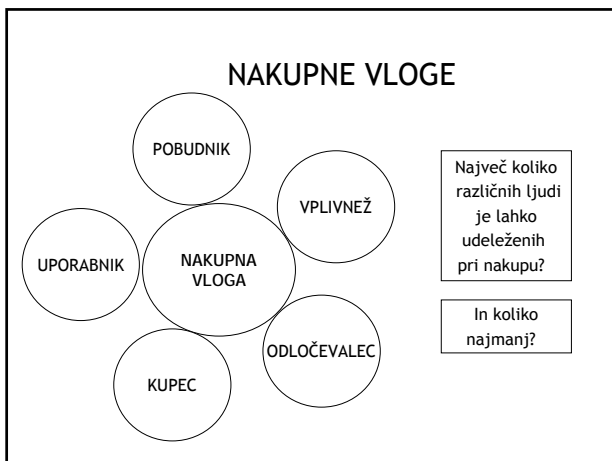
ZADOVOLJSTVO

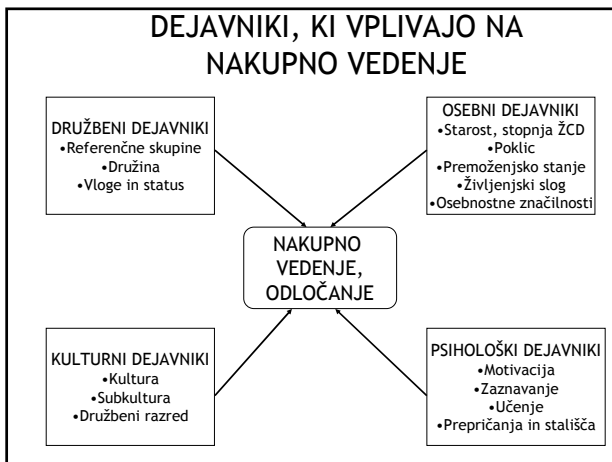
- ✓ Pritožba
- ✓ Ne kupuje več izdelka
- ✓ Svarilo prijateljem

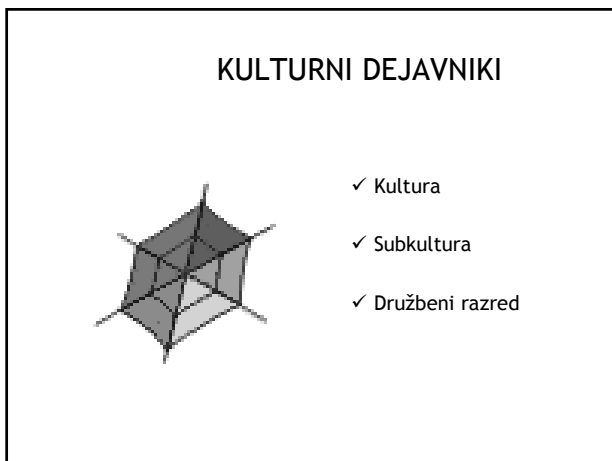
- ✓ Ponovni nakup
- ✓ Priporočilo prijateljem

OBLIKE NAKUPNEGA VEDENJA

	VISOKA VPLETENOST	NIZKA VPLETENOST
POMEMBNE RAZLIKE MED BZ	Zapleteno nakupno vedenje 	Nakupno vedenje, usmerjeno k iskanju raznolikosti 
MAJHNE RAZLIKE MED BZ	Nakupno vedenje, usmerjeno k zmanjševanju neskladja 	Ustaljeno nakupno vedenje 







DRUŽBENI DEJAVNIKI



- ✓ Referenčne skupine (primarne, sekundarne)
- ✓ Družina (izvorna, ustvarjena)
- ✓ Vloge in status

OSEBNI DEJAVNIKI



- ✓ Starost in stopnja v življenjskem ciklu
- ✓ Poklic in premoženjsko stanje
- ✓ Življenjski slog
- ✓ Osebnost in samopodoba

PSIHOLOŠKI DEJAVNIKI



- ✓ Motivacija
- ✓ Zaznavanje
- ✓ Učenje
- ✓ Prepričanja in stališča
