

消费者购买行为分析以及营销策略的制定

摘要

消费者购买行为分析是各个企业在制定营销策略的过程中的重要一环，也可以说是制定营销策略的重要准备工作之一。购买行为通常来说指的是人们为了满足自身的需要而选择购买某些产品或服务时所产生的行为活动。购买行为不仅仅指的是购买活动，同时也包括了消费者的主观心理活动。通过分析消费者购买行为，营销人员可以更好的掌握不同的消费者群体对与商品、购买方式以及购买地点等等因素的偏好和喜好，从而制定更加适合消费者的营销策略。如此一来，营销效果必然也会更好。

一、三种分析模式

分析购买行为可以使用以下三种模式，分别是经济学模式、传统心理学模式以及社会心理模式。这三种模式都有着各自的优势与不足，可以用于各种不同的情况。如果经营者能够合理并且灵活的运用这三种分析模式，其营销的效果也必然会更加好。首先我们来简述一下这三种模式。在经济学模式的理论下，消费者通常会根据自己了解的商品信息以及收入水平和意愿来选择购买商品。第二种模式，传统心理学模式是建立在人类教育是基于“条件反射”而来的，这样的理论基础上，通常可以应用于促销、广告等等营销活动中。第三种模式，社会心理模式则是由社会学家和心理学家共同研究提出，这一模式下，确定顾客与商品之间互相的影响力是企业营销的重要任务。

二、购买行为分析的内容

尽管经营者通常感到消费者的心理是千变万化，非常难以捉摸的。即便如此，从影响消费者购买者行为的普遍因素来分析消费者行为并不是不可能的。市场营销学用“6W”和“6o”来概括购买动机与行为。有了这几点概括，经营者在进行消费者行为分析的过程中就可以遵照这些内容来进行调研和分析，从而寻找出对制定营销策略有借鉴意义的信息。

1、有关产品	分析消费者对其产生购买意愿的商品，究其原因，从而更好的选择出售的商品和服务。
2、购买目的	了解消费者的购买动机，来进行相应的营销活动。
3、客户群体	分析消费者群体的主要组成部分，改善相应的产品、销售渠道、定价标准和促销活动等等来迎合消费者的需求和喜好。
4、购买方式	通过了解顾客对购买方式的喜好有针对性地策划不同的营销活动。
5、购买时机	分析消费者对特定产品的不同购买时间，以把握销售时机，适时的推出产品。
6、购买场合	分析购买者对购买地点，场合的偏好和要求来更好的制定营销方案。

三、结论

消费者行为分析是一个企业选择制定正确的，高效的营销方法的最佳参考标准，它与企业的营销和管理是密不可分的。每个企业都在努力以更加优质的产品和服务来得到更多的消费者的喜爱和信任。因此分析掌握消费者行为的普遍规律，在这些信息的基础上来制定营销方案，是成功营销的基础。

四、参考文献

购买行为分析的模式

<http://wiki.mbalib.com/wiki/%E8%B4%AD%E4%B9%B0%E8%A1%8C%E4%B8%BA%E5%88%86%E6%9E%90>

浅谈消费者行为分析对市场营销的指导意义，2010

<http://wenku.baidu.com/view/f467803731126edb6f1a1070.html>

消费者购买行为分析

<http://wiki.mbalib.com/wiki/%E6%B6%88%E8%B4%B9%E8%80%85%E8%B4%AD%E4%B9%B0%E8%A1%8C%E4%B8%BA%E5%88%86%E6%9E%90>