

Ponašanje potrošača i cenovne strategije

Vrsta: Seminarski | Broj strana: 14 | Nivo: Fakultet za obrazovanje rukovodećih kadrova u privredi,
FORKUP

С а д р ж а ј

Потрошач у маркетинг истраживањима	3
Истраживање потреба и мотива потрошача	6
Детерминанте понашања потрошача	10
Цена као елемент маркетинга	12
Избор стратегије цена	13
Литература	14

- 3 -

I Потрошач у маркетинг истраживањима

Основни циљ маркетинг активности предузећа јесте задовољавање потреба и жеља потрошача на начин који обезбеђује повећање продаје и профита на дуг рок. Потрошачи доношењем одлука о куповини производа и услуга, у ствари, опредељују продају и профит предузећа.

Игнорисање значаја који информације о понашању потрошача имају за доношење маркетинг одлука, пре или касније води предузећа у пословне промашаје и губитке. Зато је потребно да предузеће спозна и утврди главне мотиве снаге које утичу на понашање потрошача и да томе прилагоди маркетинг стратегије и акције.

Суштинско за прихватање и примену маркетинг концепта у пословању јесте познавање понашања потрошача. То је кључ успеха сваког тржишног програма. Успешне маркетинг акције и стратегије предузећа засноване су првенствено на добро истраженим потребама и жељама потрошача, а затим на изналажењу адекватних начина њиховог задовољавања.

Истраживање тржишта представља полазну функцију у маркетинг истраживањима на основу којег се касније предузимају производно- продајне, истраживачко-развојне, промотивне и друге активности предузећа. Истраживањем тржишта прецизније се дефинишу потребе, мотиви и понашање купаца да би се утврдило да ли постоји и колика је тражња за производима и услугама предузећа. Сврха истраживања је да се идентификују и предвиде конкретне потребе и жеље потрошача од значаја за пословање предузећа.

Понашање потрошача дефинише се као: „понашање које потрошачи показују у тражењу, куповини, коришћењу, проценивању и располагању производима и услугама за које очекују да ће задовољити њихове потребе“.

Базична претпоставка успешног маркетинга јесте познавање понашања потрошача како би се креирала понуда, односно адекватан начин задовољавања потреба и жеља потрошача.

- 4 -

Истраживање понашања потрошача је, у ствари, истраживање о томе како људи доносе одлуке да утроше расположиве изворе (новац или кредит), време и напор за куповину производа и услуга за које верују да ће задовољити њихове потребе и жеље. Истраживање понашања потрошача занима се за начине како потрошачи стварно користе производе и услуге које купују, колико различитих марки производа користе, колико често и где купују, и пре свега, зашто их купују и користе.

Понашање потрошача садржински укључује истраживање шта људи купују, зашто купују, како и где купују, када и како често купују производе и услуге. Ово истраживање иде и даље и интересује се за оцене и ставове које потрошачи формирају после куповине тј. коришћењем и конзумирањем производа и услуга.

**----- OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU. -----**

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL: maturskiradovi.net@gmail.com