

Kotler  
Keller

哈佛商学院  
《营销管理硕士》讲义

[www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)

海量原版讲义下载

主讲：菲利普·科特勒

分析消费者市场

# 全国迷你型MBA职业经理双证班

- 学习方式：全国招生 函授学习 权威双证 国际互认
- 认证项目：注册职业经理、人力资源总监、品质经理、生产经理、营销策划师、物流经理、项目经理、企业管理咨询师、企业总经理、营销经理、财务总监、酒店经理、企业培训师、采购经理、IE工业工程师、医院管理、行政总监、市场总监等高级资格认证。
- 颁发双证：高级注册 经理资格证+MBA研修证+人才测评证+全套学籍档案
- 收费标准：仅收取1280元 招生网址：[www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)
- 报名电话：13684609885 0451—88342620
- 咨询邮箱：[xchy007@163.com](mailto:xchy007@163.com) 咨询教师：王海涛
- 学校地址：哈尔滨市道外区南马路120号职工大学（美华教育）



美华论坛  
[www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)

- 颁证单位：中国经济管理大学
- 主办单位：美华管理人才学校

全国职业经理MBA双证班

精品课程 火热招生

函授学习 权威双证 全国招生 请速充电



- 近千本**MBA**职业经理教程免费下载
- -----请速登陆: [www.mhjy.net](http://www.mhjy.net)



# 本章要点

- 消费者的特征如何影响他们的购买行为
- 影响消费者对营销方案的反应的主要心理过程是什么？
- 消费者如何制定购买决策？
- 消费者如何偏离慎重而理性的决策过程？

# 消费者行为



# 影响消费者行为的因素

文化因素

社会因素

个人因素



# 文化因素

文化是影响人的欲望和行为的基本决定因素，  
这种影响主要通过家庭和其他重要机构实现。



# 亚文化

- 国籍
- 宗教
- 种族
- 地理区域

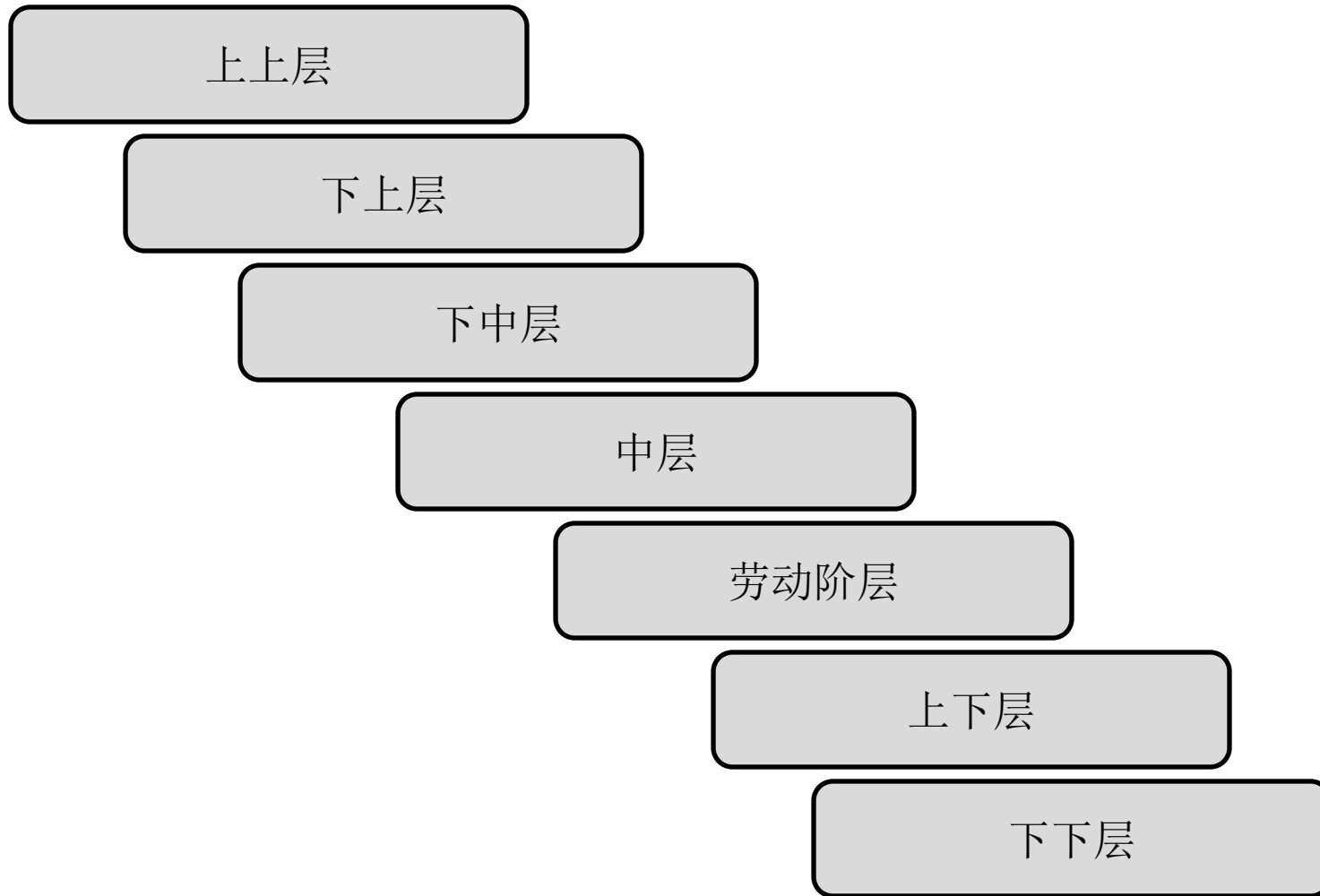




# 美国文化一览

- 每个美国公民:
  - 每年咀嚼**300**根口香糖
  - 每年刊**9**场电影
  - 每年**4**次旅行
  - 每年观看**7**场体育赛事

# 社会阶层





# 社会因素

参照群体

家庭

角色

地位



# 参照群体

- 成员群体
- 次要群体
- 渴望群体
- 疏离群体



# 家庭差异影响购买决策





# 个人因素

- 年龄
- 生命周期阶段
- 职业
- 健康状况
- 个性
- 价值观
- 自我概念
- 生活方式

# 年龄和生命周期阶段



# 职业和经济状况





# 个性

joie de vivre®

RESERVATIONS SPECIALS & PACKAGES

[HOTELS](#) [RESTAURANTS](#) [SPAs](#) [MEETINGS/EVENTS](#) [JOY OF LIFE CLUB](#) *Your California VACATION PLANNER*

### hotel MATCHMAKER®

- ▶ **PERSONALITY** Your favorite hotel is a reflection of who you are. Our quick quiz will help you find your match.
- ▶ **NAME** You already know the hotel name, now get the details.
- ▶ **LOCATION** You know where you're going but not where to stay.
- ▶ **AMENITIES** It's the little things that matter to you, compare features and services.
- ▶ **PHOTOS** You know what they say...a picture is worth 1,000 words.


**Yvette**

Hi, I'm Yvette, your *hotel MATCHMAKER*™. Take my personality quiz to find your best match. Or, if you know what you're looking for, search here by name, location, amenities or photos.


☒ We guarantee the **BEST AVAILABLE RATES**

BOOK A ROOM:  AIRTRIP DATE:  NIGHTS:   PROMOCODE CODE:


Selecting a hotel is an intimate choice. You sleep with it. You shower in it. Each of our hotels has a unique personality. Let us help you find your perfect match.



**Acqua Hotel**  
serene, modern, fresh  
From \$129



**Americana Hotel**  
fun, colorful, bright  
From \$129

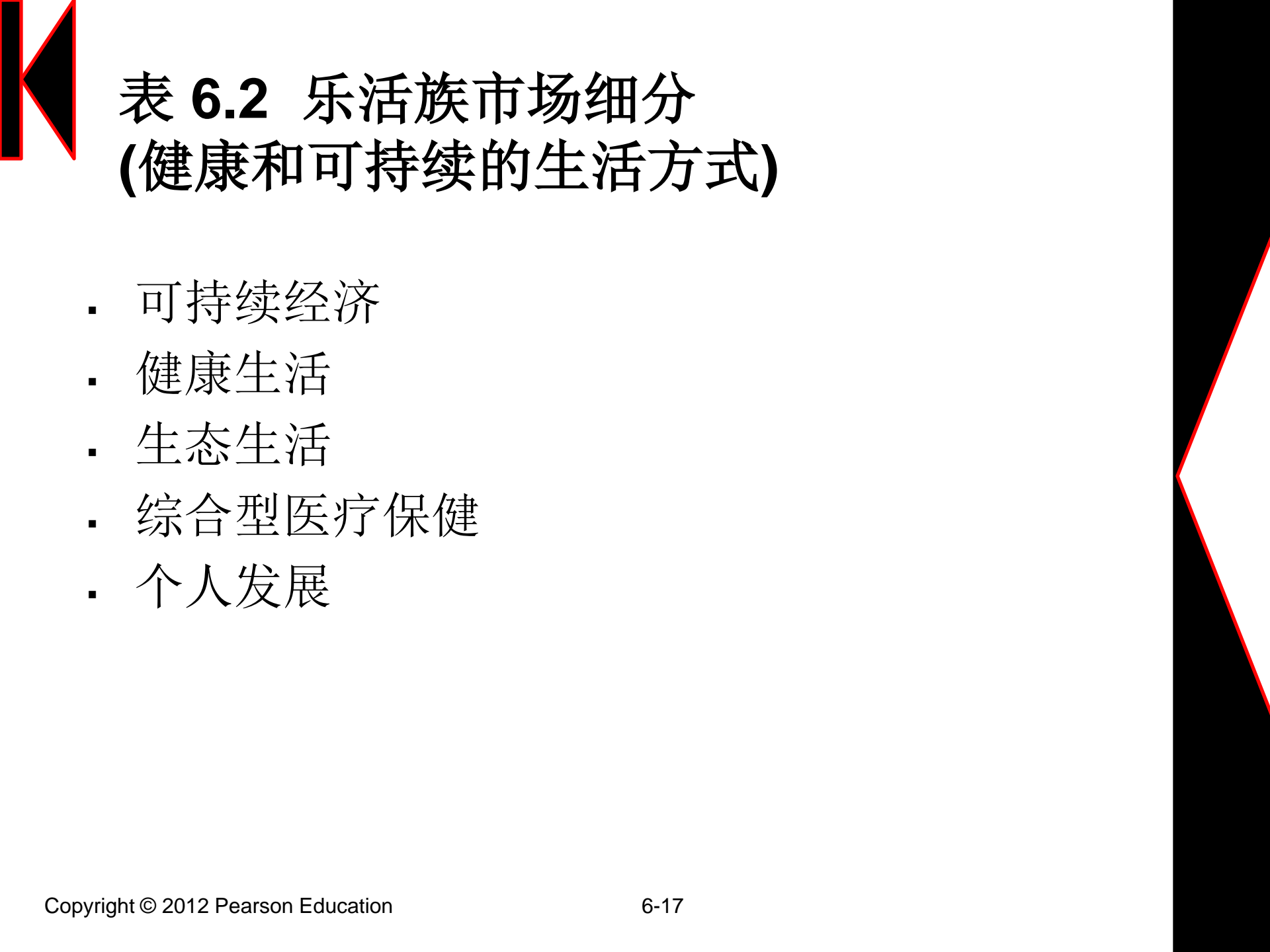


**Avatar Hotel**  
stylish, savvy, hip, fresh, bright  
From \$79

# 品牌个性

- 真诚
- 兴奋
- 胜任
- 优雅
- 粗犷

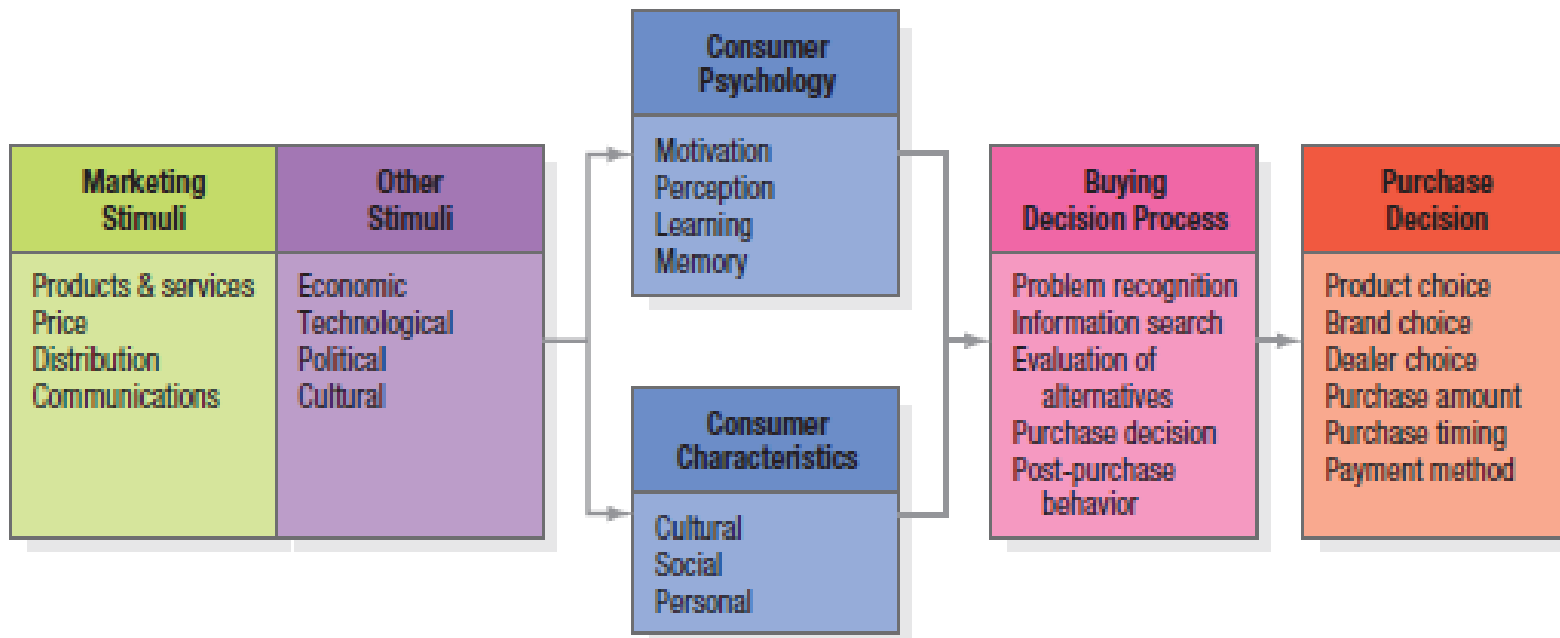




## 表 6.2 乐活族市场细分 (健康和可持续的生活方式)

- 可持续经济
- 健康生活
- 生态生活
- 综合型医疗保健
- 个人发展

# 图 6.1 消费者行为模型



# 动机

## 佛洛伊德理论

行为是由潜意识驱动的

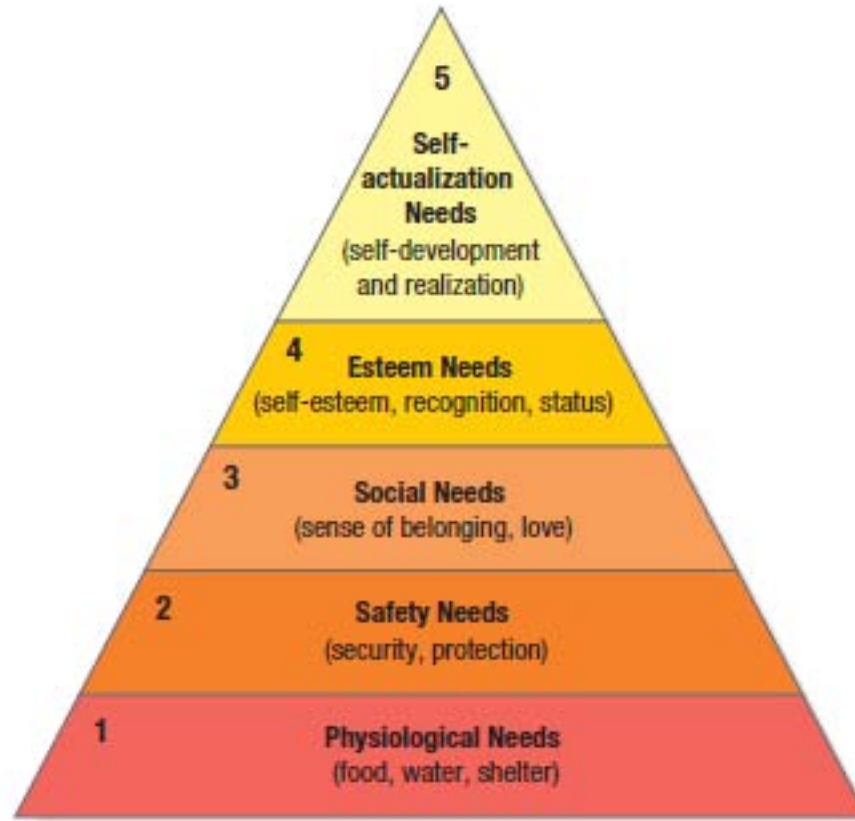
## 马斯洛需求层次理论

行为是由低层次的尚未满足的需要驱动的

## 赫茨伯格双因素理论

行为是由保健因素和激励因素驱动的

# 马斯洛需求层次理论





# 感知

- 选择性注意
- 选择性曲解
- 选择性保留
- 潜意识感知

# 学习







# 情绪





# 记忆



## 图 6.3 州立农场心理地图





## 图 6.4 消费者购买过程





# 信息来源

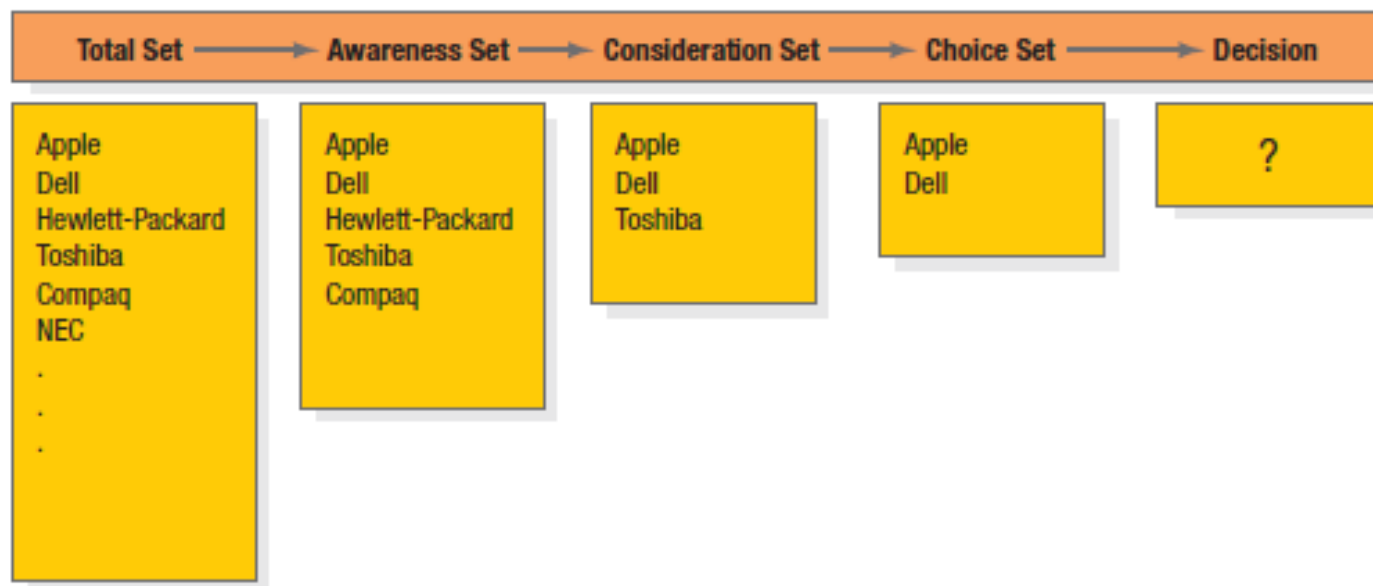
个人

商业

公共

经验

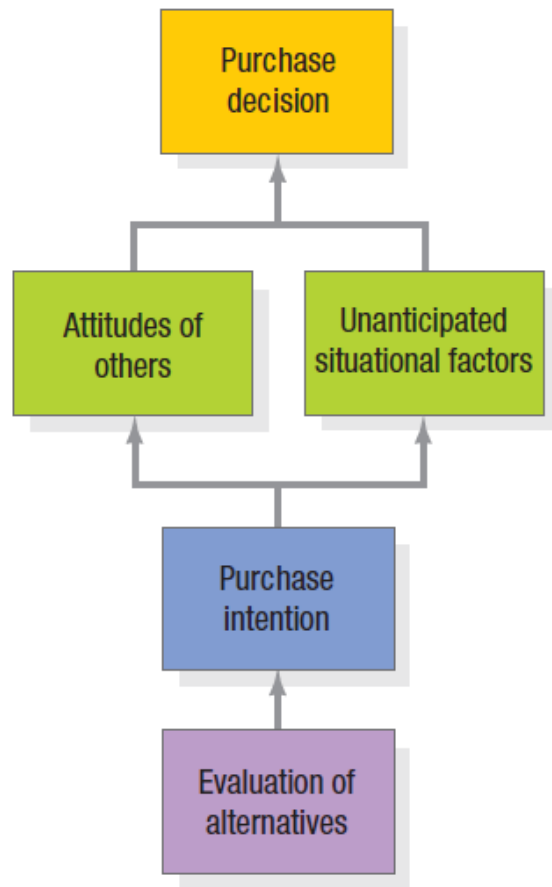
# 图 6.5 消费者决策中相继考虑的品牌组



# 表 6.4 某消费者关于笔记本电脑的品牌信念

| Laptop Computer | Attribute       |                     |                 |       |
|-----------------|-----------------|---------------------|-----------------|-------|
|                 | Memory Capacity | Graphics Capability | Size and Weight | Price |
| A               | 8               | 9                   | 6               | 9     |
| B               | 7               | 7                   | 7               | 7     |
| C               | 10              | 4                   | 3               | 2     |
| D               | 5               | 3                   | 8               | 5     |

## 图 6.6 可选方案的评估与购买决策之间的步骤







# 非补偿性选择模型

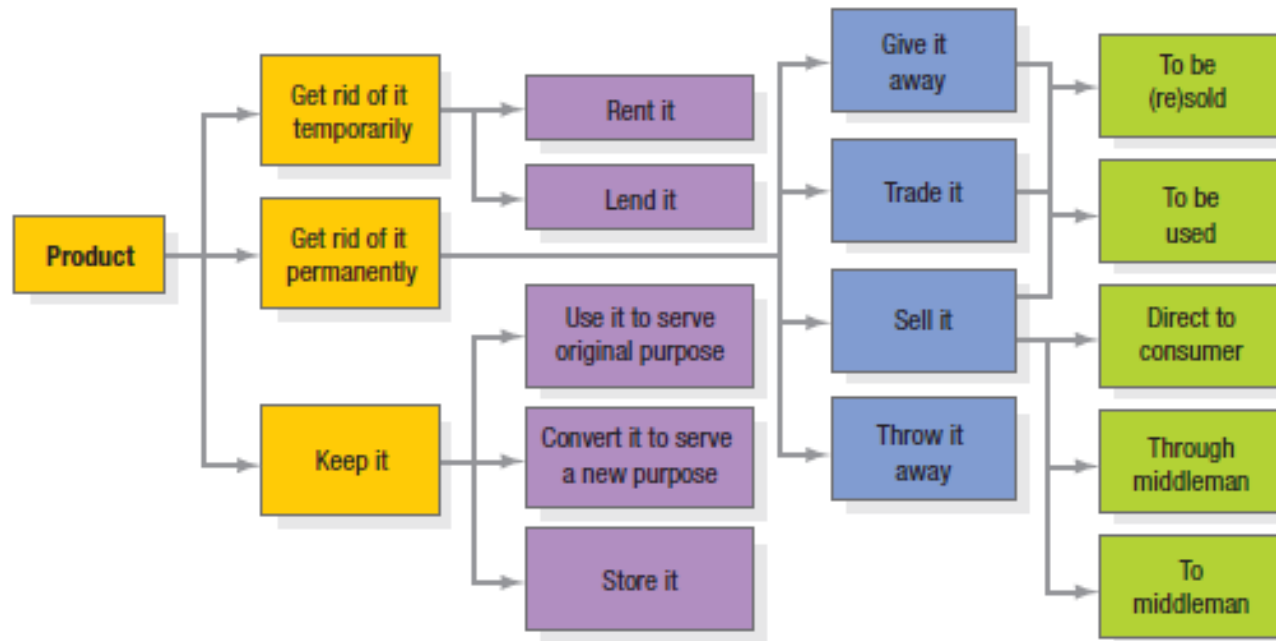
- 联合启发法
- 词典规则启发法
- 按属性排除启发法

# 感知风险

- 功能风险
- 身体风险
- 财务风险
- 社会风险
- 心理风险
- 时间风险

The screenshot displays the Intuit Small Business website. The header includes navigation links for Small Business, TurboTax, and QuickBooks, along with a search bar and links for Security Center, Cart, and Sign In. The main navigation bar lists various services: Website Services, QuickBooks, Payroll, Payment Solutions, Point of Sale, Checks & Supplies, and a US flag. Below this, a secondary navigation bar includes QuickBooks Overview, Products & Services, Industry Solutions, Training & Learning, Community, and Support. A prominent banner at the top reads "Save Time. Stay Organized. Get Paid Faster." The main content area is divided into two sections. The left section, titled "New to QuickBooks?", promotes a free trial of QuickBooks Online, highlighting benefits such as "Less Paperwork" (instant invoices and expense tracking), "Work anywhere, anytime" (secure access from anywhere), and "Free Support & Upgrades" (available in all online versions). It features an illustration of a computer monitor displaying a bar chart and a yellow arrow pointing upwards. A yellow button labeled "Start Now. It's FREE" is prominently displayed, with a "Learn More" link below it. The right section, titled "Looking to Upgrade?", promotes QuickBooks Pro 2011, stating "Save time and be more efficient!" and "Upgrade from \$199.95". It includes a "Learn More & Buy" button and a list of new features: "New! Customer Snapshot", "New! Batch Invoicing", "New! Complete Transactions Faster", and "New! Collections Center". A small image of the QuickBooks Pro 2011 software box is shown. At the bottom of the page, a fine print line states: "QuickBooks pays for itself in the first 60 days - guaranteed on all QuickBooks Products or your money back.<sup>1</sup>"

# 图 6.7 顾客怎样使用或处置产品



# 低介入的消费者决策制定





# 决策启发

- 可得性启发法
- 代表性启发法
- 锚定和调整启发法

# 框架





# 心理账户

- 消费者倾向于...
  - 分割收益
  - 合并损失
  - 将较小损失和较大收益合并
  - 将较小的获益从大的损失里分割出来



# 小结

- 消费者的特征如何影响他们的购买行为
- 影响消费者对营销方案的反应的主要心理过程是什么？
- 消费者如何制定购买决策？
- 消费者如何偏离慎重而理性的决策过程？