



江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正



消费者行为学

主讲：赵卫宏

江西师范大学商学院

2011-12-2





江苏师范大学

University since

振奋精神

静思笃行

口传、流行与创新扩散



江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

👉 本章重点：

👉 口传过程与意见领袖

👉 流行与消费者行为

👉 情境与消费者行为





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

第一节 口传过程与意见领袖

- 口传的重要性
- 口传产生的原因
- 意见领袖





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

250个顾客的背后

📖 推销大王乔吉拉德说过：每个人背后都有250个潜在顾客。而只要每个人再帮你介绍他八个最好的朋友，我们就能有多达2千个朋友。天长日久，你的顾客网络将会逐渐庞大。

📖 因此，乔吉拉德随身携带足够的名片，他所到之处，都能看到热情地向潜在的顾客发名片。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

一、口传及其重要性

- 口传或口头传播 (word of mouth) 是指消费者彼此之间面对面地以口头方式传播信息。
- 口传的影响力：
 - 口传的有效性是广播广告有效性的3倍，是人员推销的4倍，是报纸和杂志的7倍。（卡茨相关的研究）
 - 三分之二的人是通过与他人交谈获得信息而找到他们现在所熟悉的医生的。





原因

- 为什么口传对消费者影响很大呢？
- 口传信息更具有活力，更容易进入消费者的记忆。相对于其他传播方式，口传信息受干扰的影响比较小。
- 口传也会传达负面信息，而且消费者在购买产品时，对负面信息会给予更大的考虑权重。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

二、口传产生的原因

- 口传信息传播方的动机
 - 可以获得一种拥有权力和声望的情感。
 - 减轻对自身所作购买决定的疑虑或怀疑。
 - 增加与某些人或某些团体的社会交往，获得认同。
 - 获得某些可见的利益。





二、口传产生的原因

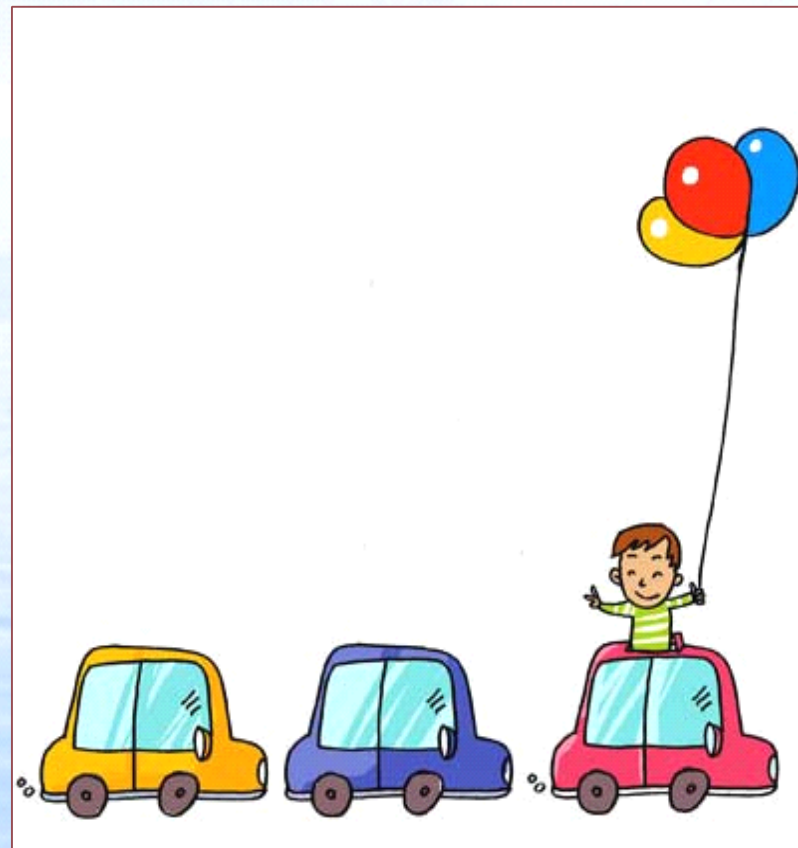
- 口传信息接收方的考虑
 - 获得较厂商卖方所提供信息更值得信赖的信息。
 - 降低购买风险所引起的躁动与不安。
 - 减少信息搜寻时间。





三、意见领袖

- 在口传过程中，有些消费者会较其他消费者更频繁或更多地为他人提供信息，从而在更大程度上影响别人的购买决策，这样的消费者被称为意见领袖（Opinion leader）。





意见领袖的特征

- 最重要的特征是他们比群体中的其他人对某一类产品有着更为持久和深入的参与或介入。
- 意见领袖较一般人更合群和健谈，他们对相关媒体的接触水平远较一般人高。





江西师范大学

Jiangxi Normal University

振奋精神

静思笃行
持中秉正

意见领袖的特征

- 意见领袖通常与受其影响的人有着相似的价值观念和处世态度。
- 意见领袖的社会地位通常比其影响群体要略高一些，但不会高出太多。（如政客通常愿意深入社区以一个社区公民的身份或某个兴趣组织成员的身份与选民沟通。）





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

意见领袖的特征

- 信用度高，和专门从事销售员不同，意见领袖并不代表某个特定公司的利益。因此更容易赢得他人的信任。
- 创新兴趣更高：意见领袖通常都是新产品或服务推向市场初期阶段的最早尝试者。





意见领袖的应用

- 五个策略性步骤：
 - 描述意见领袖；
 - 发现意见领袖；
 - 培养意见领袖；
 - 模拟口碑传播；
 - 激发口碑传播。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

意见领袖的应用

- 营养保健品、美容化妆行业一直在用“培养意见领袖”的方法进行产品营销，典型的做法是在社区投放意见领袖（公司营业代表或培训的忠实用户），以培训和活动交流的形式口碑传播，但这样只是设计了可控制的意见领袖，但并不等同于控制了口碑传播（受众）。
- 如何让客户变成我们的业务员





江西师范大学

Jiangxi Normal University

振奋精神

静思笃行
持中秉正

意见领袖的应用

- 奢侈品：
 - 私人游艇
- 对产品质量的顾客投诉
- 产品的试用
- 零售和人员推销





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

第二节 流行与消费者行为

- ☀ 流行的含义与特征
- ☀ 流行与消费者行为的关系





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

流行的含义

- 流行 (fashion) 的含义：是指一个时期内社会上流传很广、盛行一时的大众心理现象和社会行为。
- 流行的分类：物的流行、行为的流行与思想的流行。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

流行的特征

- 流行的特征：
 - 社会普遍性
 - 时期性
 - 自发性
 - 反传统性





流行与消费者行为的关系

- 流行在一定程度上可以促进消费者在某些商品消费上的共同偏好。
- 流行促进了人们在商品购买上的从众行为。
- 流行可以满足一定的社会和心理需要。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正


第三节 情境与消费者行为

- 👉 消费者情境及其构成
- 👉 消费者情境的类型
- 👉 情境、产品和消费者之间的交互影响





第一小节 消费者情境及其构成

 情境 (**Situation**) 或消费者情境：是指消费或购买活动时，消费者者面临的环境中除主体刺激物(如广告或包装)以外的刺激以及因环境导致的暂时个人特征,如赶时间或置于一个拥挤的商店内等等。





情境的构成

📖 情境由五个变量或因素组成（Belk）：

📖 物质环境：地理位置、音响、灯光、气味等

📖 社会环境：购物或消费活动中他人对消费者的影响。

📖 时间：可支配的时间和发生的时机

📖 任务：购物目的和使用情境

📖 先行状态：暂时性的情绪（如焦虑、高兴等）或状态（如疲劳、饥饿、备有现金等）。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

例如：

• 下述境况性对非计划购买产生重要影响：

--- 价格促销。（**56%**的人购买了更多的非计划产品）

--- 免费货样（**35%**）

--- 商品陈列（**27%**）





江西师范大学


Jiangxi Normal University since 1940


振奋精神

静思笃行
持中秉正

第二小节 消费者情境的类型

 沟通情境

 购买情境

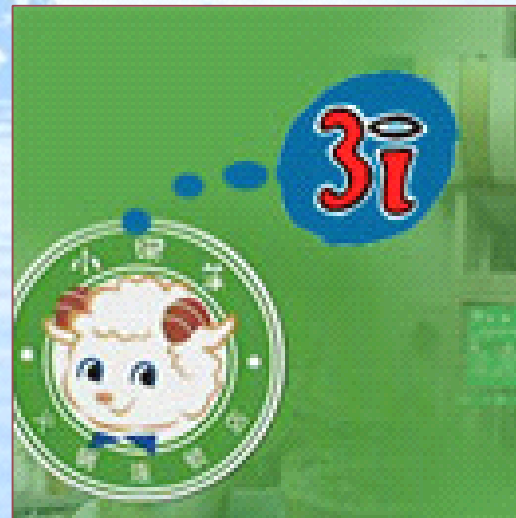
 使用情境





一、沟通情境

- 沟通情境是指消费者接受人员或非人员信息时所处的具体情境或背景。
- 展露（回忆第七章）
- 理解（回忆第七章）





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

二、购买情境

购买情境是指消费者在购买或获取产品时所处的情境，通常涉及做购买决定和实际购买时所处的信息环境、零售环境和时间压力。

信息环境：注意（回忆第七章）

零售环境：音乐、拥挤、布局、过道空间等。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

三、使用情境

使用情境是指消费者在消费或使用产品时所面临的情境。

创造使用情境：

属于Michelob的夜晚。

冬天喝热果珍别有一番风味。





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

有关情境和产品影响的研究

肉类产品最易受情境影响（如汉堡是非正式场合的食品，而牛排更适合正式场合。）

保健服务和影视服务的最不可能受情境影响因为消费者对这两类服务的参与程度较高。

其它产品同时受情境和产品因素影响。（消费者为客人购买特定零食，自己却购买其他不同的零食）





课堂作业：

•1、某一速溶咖啡制造商计划导入一种欧洲风味的新产品，以满足特殊场合需要。目标是调整营销策略以迎合消费者便捷地准备风味独特的咖啡情境。

(1) 这种咖啡应以什么情境为定位？

(2) 这一情境在市场细分和制定广告策略中有何应用？





江西师范大学

Jiangxi Normal University since 1940

振奋精神

静思笃行
持中秉正

The End

