

BLUME

MARKETING

01

El comportamiento del consumidor

n.
Forma de actuar o de comportarse, especialmente hacia los demás.

n.
Persona que adquiere bienes y servicios para su uso personal.



BLUME

Hayden Noel

Contenido

> Introducción

| | |
|--|---|
| Introducción | 6 |
| Cómo sacar el máximo partido de este libro | 8 |

Capítulo 1

| | |
|--|----|
| ¿Qué es el comportamiento del consumidor? | 10 |
| Definición de comportamiento del consumidor | 12 |
| ¿Qué influye en el comportamiento del consumidor? | 14 |
| El impacto de los consumidores en la estrategia de marketing | 24 |
| Métodos de recogida de datos | 28 |
| Estudio de caso: Coca-Cola Zero | 34 |
| Preguntas y ejercicios | 38 |

Capítulo 2

| | |
|---|----|
| Influencias étnicas, religiosas y de grupo | 40 |
| Subculturas étnicas e identidad del consumidor | 42 |
| Subculturas religiosas | 50 |
| Grupos de referencia | 52 |
| Grupos de referencia relacionados con el consumidor | 56 |
| Estudio de caso: McDonald's se globaliza | 58 |
| Preguntas y ejercicios | 64 |

Capítulo 3

| | |
|--|----|
| Influencias de clase, de edad y de género | 66 |
| ¿Qué es la clase social? | 68 |
| Edad e identidad del consumidor | 76 |
| Cómo afecta el género al comportamiento del consumidor | 80 |
| Estudio de caso: lo que quieren las mujeres | 82 |
| Preguntas y ejercicios | 86 |



Coca-Cola: una referencia de categoría

Si va a vender un producto genérico, puede ser beneficioso etiquetarlo y envasarlo tomando como modelo la marca más conocida de ese mercado, también conocida como «referencia de categoría» o «prototipo». En el mercado de los refrescos, la marca sería Coca-Cola (véanse págs. 112-113).

Capítulo 4

| | |
|--|-----|
| Motivación, percepción y actitud del consumidor | 88 |
| Motivación del consumidor | 90 |
| Percepción del consumidor | 94 |
| Actitudes del consumidor | 98 |
| Estudio de caso: la comunidad Harley-Davidson | 100 |
| Preguntas y ejercicios | 104 |

Capítulo 5

| | |
|---|-----|
| Conocimiento y memoria del consumidor | 106 |
| ¿Qué es el conocimiento? | 108 |
| ¿Cómo se organiza el conocimiento? | 112 |
| ¿Cómo funciona la memoria? | 114 |
| Estudio de caso: marketing de la nostalgia – MINI | 124 |
| Preguntas y ejercicios | 130 |

Capítulo 6

| | |
|---|-----|
| El consumidor como tomador de decisiones | 132 |
| Toma de decisiones | 134 |
| Juicio y toma de decisiones | 142 |
| ¿Qué influye en las decisiones de los consumidores? | 146 |
| Procesos de postdecisión | 150 |
| Estudio de caso: el desastre del día de San Valentín de JetBlue Airways | 154 |
| Preguntas y ejercicios | 158 |
| | |
| Apéndice | 162 |
| La ética en el trabajo | 169 |

