

# Ekonomiczny Uniwersytet Dziecięcy



## Marketing

Podejmowanie decyzji zakupowej - krok po kroku

dr Iwona Czerska

Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu  
22 kwietnia 2024 r.

Organizatorzy





Czym jest **PROCES DECYZYJNY**?





---

## PROCES DECYZYJNY

- Poszczególne etapy/kroki podejmowane w celu wyboru najlepszej opcji spośród dostępnych możliwości
- Obejmuje on identyfikację problemu, zebranie informacji, analizę, wybór i wdrożenie rozwiązania

# PROCES ZAKUPOWY JAKO PROCES DECYZYJNY

---

Proces zakupowy to kluczowy element procesu podejmowania decyzji przez konsumentów





Problem

# Etapy procesu zakupowego

## Krok 1: Identyfikacja problemu

- ❖ Odczucie potrzeby
- ❖ Uświadomienie problemu
- ❖ Cel: zaspokojenie odczuwanej potrzeby i rozwiązanie problemu

# Etapy procesu zakupowego



## Krok 2: Poszukiwanie informacji

- ❖ Zbieranie informacji z dostępnych źródeł
- ❖ Źródła: znajomi, rodzina, opinie w internecie, własna wiedza i doświadczenie, sprzedawca w sklepie, media społecznościowe, liderzy opinii
- ❖ Cel: zgromadzenie niezbędnych informacji o produkcie, marce

# Etapy procesu zakupowego

## Krok 3: Analiza – ocena dostępnych opcji i dokonanie wyboru

- ❖ Porównywanie różnych opcji
- ❖ Podjęcie decyzji o wyborze konkretnej oferty – na podstawie zgromadzonych informacji
- ❖ Cel: dokonanie wyboru konkretnej opcji na podstawie analizy dostępnych alternatyw





## Etapy procesu zakupowego

### Krok 4: Akt zakupu

- ❖ Sfinalizowanie decyzji zakupowej
- ❖ Cel: dokonanie zakupu wybranej opcji



# Etapy procesu zakupowego

---

## Krok 5: Postawy pozakupowe

- ❖ Ocena zakupionego produktu
- ❖ Odczuwanie zadowolenia z zakupu lub dysonans pozakupowy
- ❖ Cel: dokonanie oceny zakupionego produktu



# Dysonans pozakupowy

- Stan braku satysfakcji po dokonaniu zakupu
- Niezadowolenie z zakupionego produktu

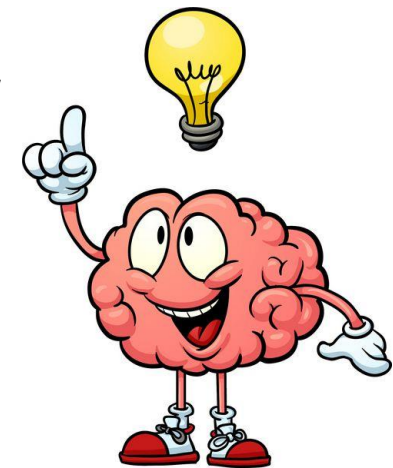


# Warsztaty: Proces zakupowy nowych butów sportowych

## Etapy przygotowania zadania:

Zastanówcie się nad zachowaniem klientów w poszczególnych etapach procesu decyzyjnego związanego z zakupem **nowych butów sportowych**. Na co klienci mogą zwracać uwagę w poszczególnych etapach? Co jest dla nich ważne? Czyje opinie są dla nich istotne? Jakie to ma znaczenie dla sposobu obsługi klienta? W tym celu musicie wykonać następujące kroki:

- Konsument uświadamia sobie potrzebę zakupu butów sportowych.** Co może być źródłem potrzeby/problemu? Co i kto może na to wpływać? Kiedy najczęściej pojawia się problem?
- Konsument poszukuje informacji.** Na co klient zwraca uwagę? Gdzie i u kogo szuka informacji o butach sportowych?
- Konsument ocenia dostępne oferty.** Co klient porównuje, oceniając dostępne oferty? Jakie cechy butów sportowych są ważne dla klienta?
- Konsument decyduje o zakupie.** Jak konsument podejmuje decyzję? Co ma na nią wpływ?
- Po dokonaniu zakupu.** Co decyduje o zadowoleniu bądź niezadowoleniu z zakupu nowych butów sportowych?



Dziękuję za zajęcia 😊

