

# PONAŠANJE POTROŠAČA

Bojana Femić - Radosavović



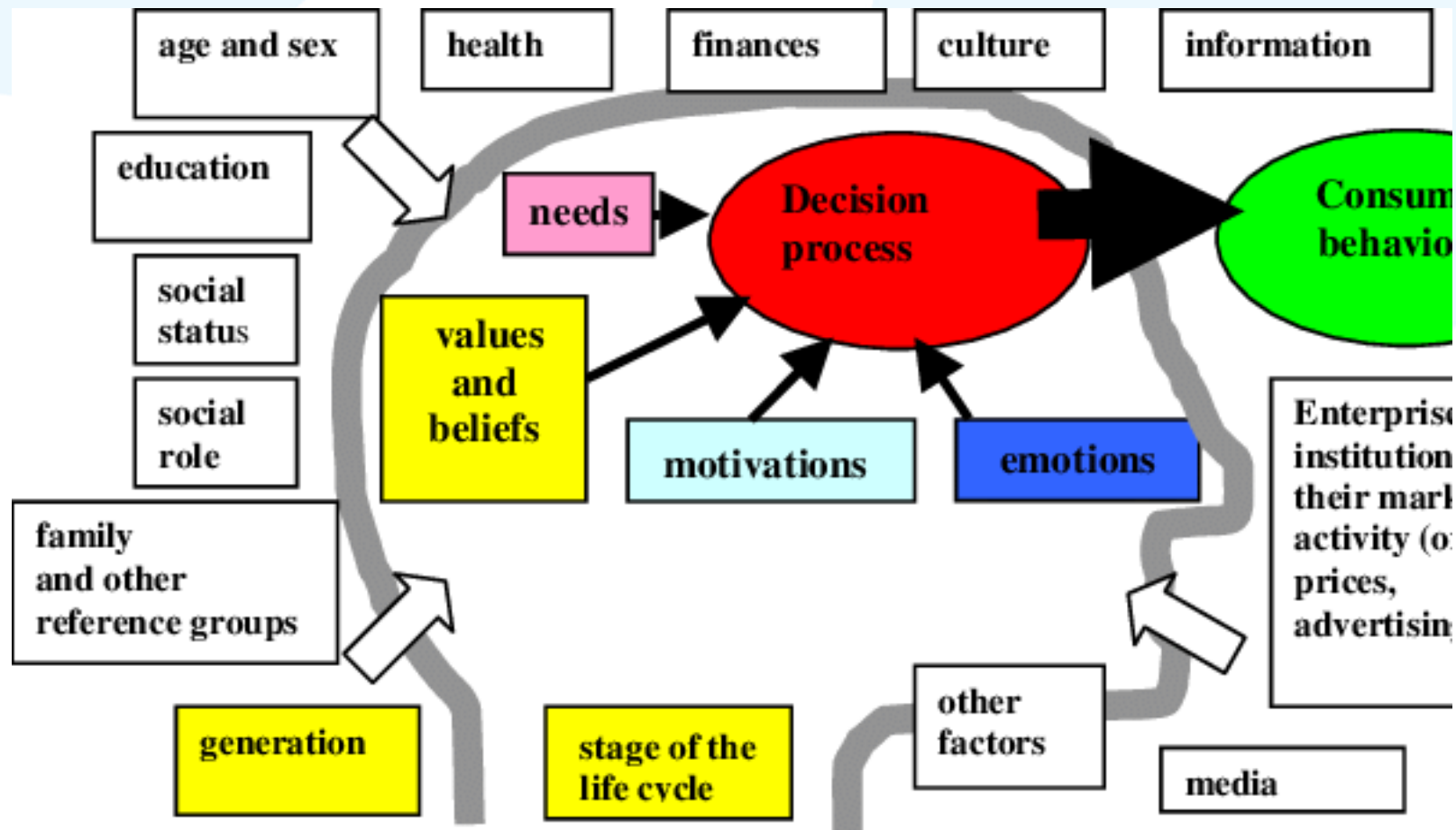
EKONOMSKI FAKULTET PODGORICA, STUDIJE MENADŽMENTA

**Ključna ideja da sve što  
kompanija nudi treba da bude  
posmatrano očima potrošača je  
ono što marketing čini  
drugačijim, konkretnim i  
važnim.**



# ŠTA UTIČE NA PONAŠANJE POTROŠAČA?

1. Kulturni faktori
2. Društveni faktori
3. Lični faktori





# 1. KULTURNI FAKTORI

- **Kultura** je fundamentalna determinanta želja i ponašanja nekog pojedinca.
- Koje vrijednosti utiču na dijete koje raste u Crnoj Gori?
- Svaka kultura se sastoji od manjih **supkultura** (odnose se na nacionalnost, religiju, rasne grupe i geografske regije).
- **Društvene klase** – relativno homogene i trajne podjele u društvu, koje su u hijerarhijskom redu i čiji članovi imaju slične vrijednosti, interesovanja i ponašanje.



## 2. DRUŠTVENI FAKTORI

1. REFERENTNE GRUPE – sve grupe koje imaju direktan (**grupe članstva** – primarne i sekundarne) ili indirektan uticaj na stavove i ponašanje pojedinca.
  - **Aspiracijske i disocijativne grupe**
  - Kakva je uloga **lidera mišljenja**?
2. PORODICA – najuticajnija primarna referentna grupa. Porodica orijentacije i porodica koju stvaramo.
3. ULOGE I STATUS U DRUŠTVU – **Uloga** uključuje aktivnosti za koje se očekuje da će ih ta osoba izvršiti. Svaka uloga donosi **status**.

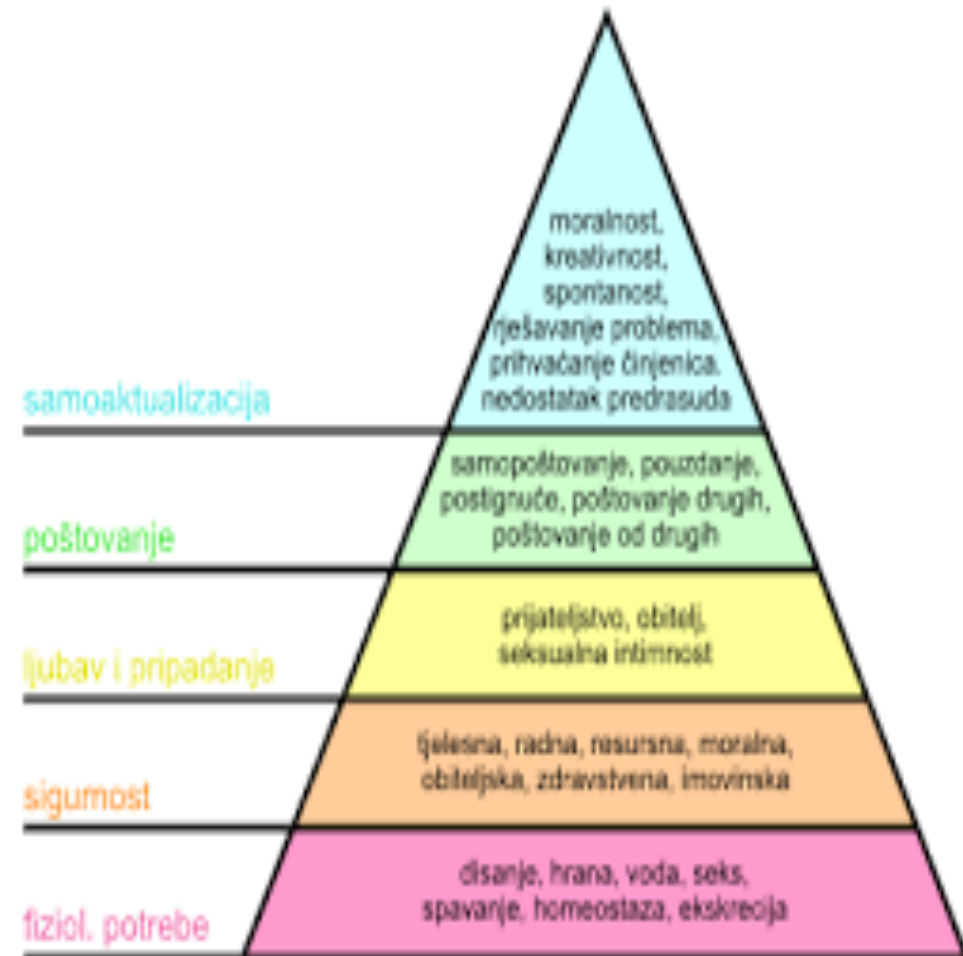


## 3. LIČNI FAKTORI

- 1. Godine i faza u životnom ciklusu** – važni su i životni ciklus porodice i psihološki životni ciklus i kritični događaji ili tranzicije u životu.
- 2. Zanimanje i ekonomske prilike**
- 3. Ličnost i predstava o samom sebi** – čak i brendovi imaju svoju ličnost (personalitet) i potrošač vjerovatno bira one brendove čija ličnost odgovara njihovim.
- 4. Stil života i vrijednosti** – na stil života dijelom utiče to da li potrošačima nedostaje novac ili vrijeme.

# KLJUČNI PSIHOLOŠKI PROCESI

- **Motivacija** – Frojdova, Maslovljeva i Hercbergova teorija.
- **Percepcija** – selektivna pažnja, selektivna iskrivljenost i selektivno pamćenje. Pitanje podsvjesne percepcije.
- **Učenje** – promjene u ponašanju pojedinaca koje proističu iz iskustva.
- **Memorija** – kratkoročna i dugoročna.



# PROCES ODLUČIVANJA O KUPOVINI

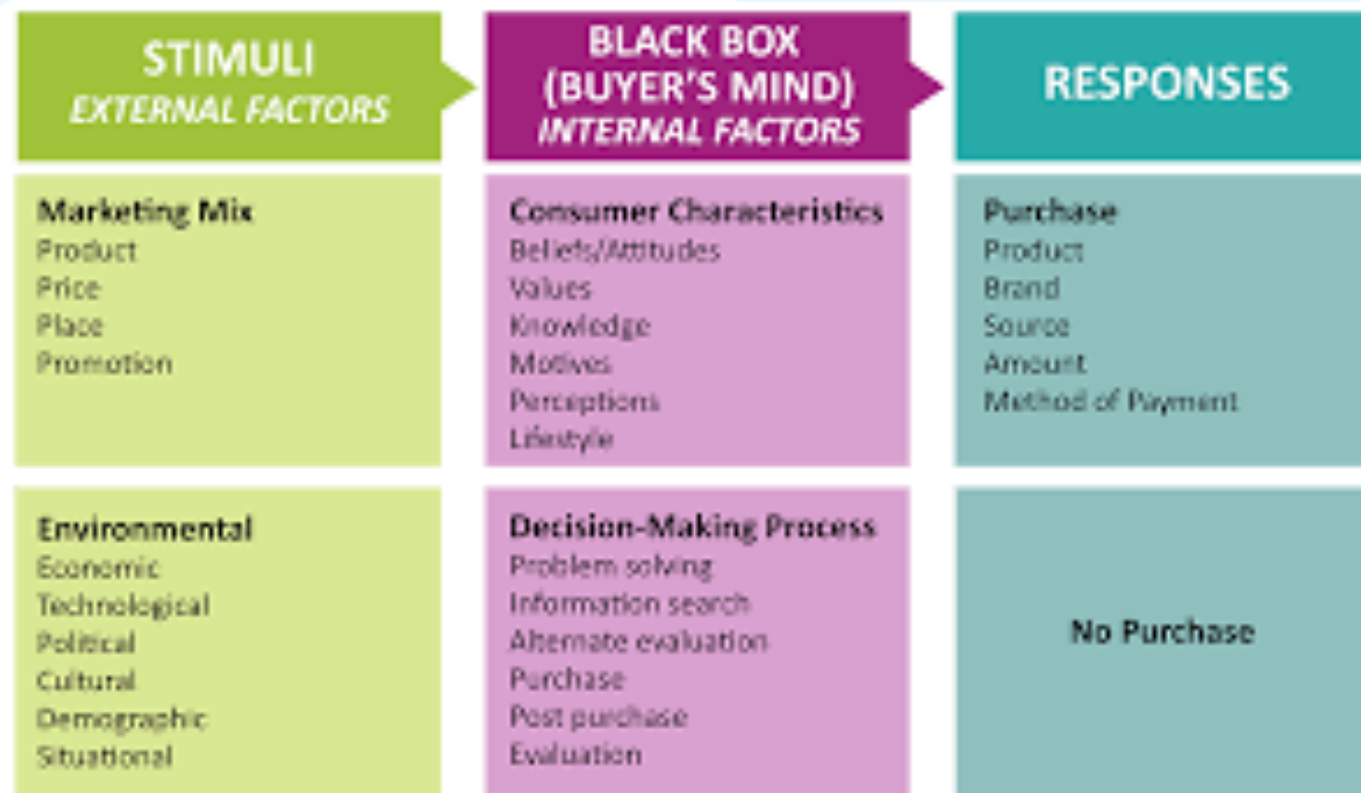
1. Prepoznavanje problema.
2. Traženje informacija.
3. Procjena alternativa.
4. Odluka o kupovini.
5. Ponašanje nakon kupovine.





# CRNA KUTIJA POTROŠAČA

Tema kojom su se bavili Kotler i Armstrong





**HVALA NA PAŽNJI!**