



Università degli Studi di Macerata

Corso di Marketing

Lezione 5

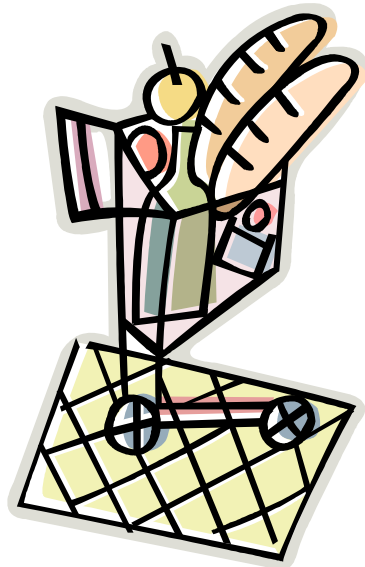
Il comportamento d'acquisto

Prof. Elena Cedrola

elena.cedrola@unimc.it

www.economiamc.org/cedrola

IL MERCATO DEL CONSUMATORE



E' formato da tutte le persone e famiglie che acquistano e/o acquisiscono beni e servizi per l'uso personale.



ALCUNE DOMANDE DI FONDO



Da chi è costituito il mercato?

Che cosa acquista il mercato?

Perché acquista il mercato?

Chi partecipa all'acquisto?

Come acquista il mercato?

Quando acquista il mercato?

Dove vengono effettuati gli acquisti?

I soggetti

Gli oggetti

Gli obiettivi

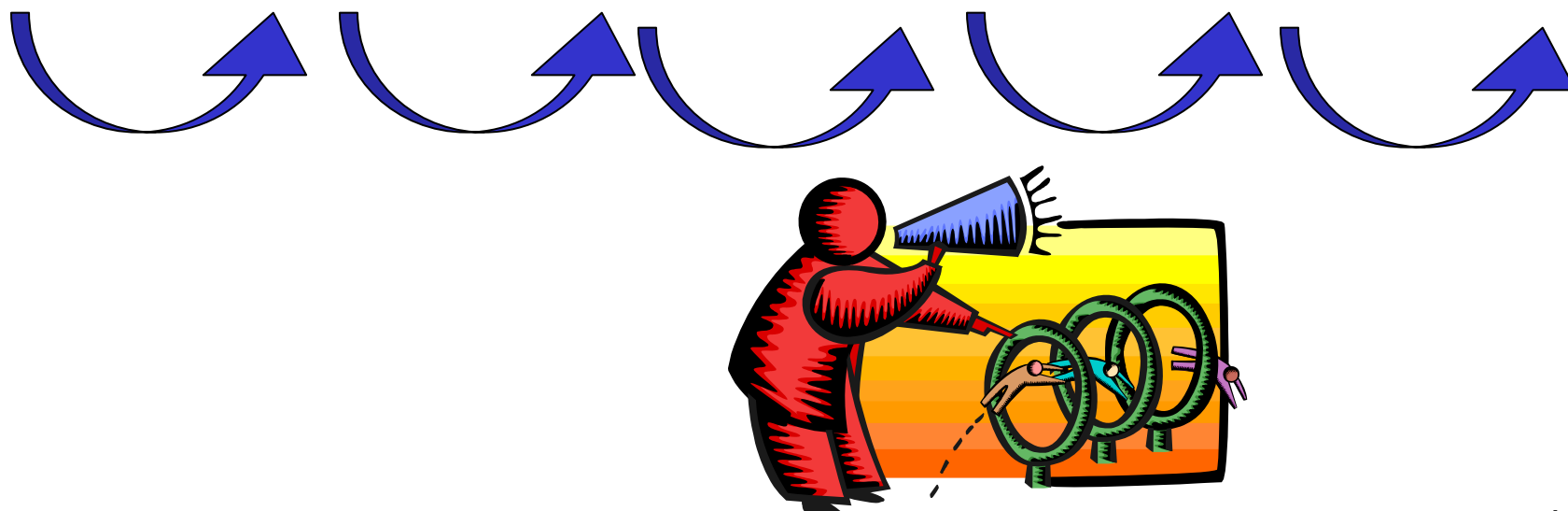
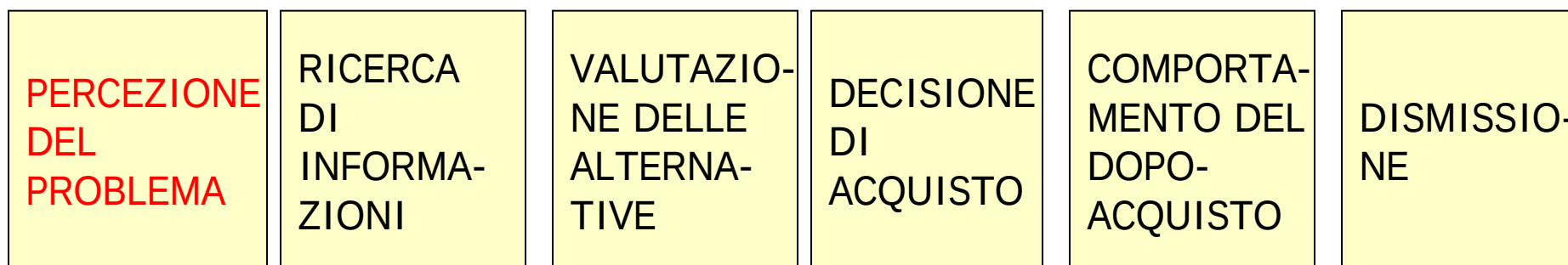
Le organizzazioni

Le operazioni

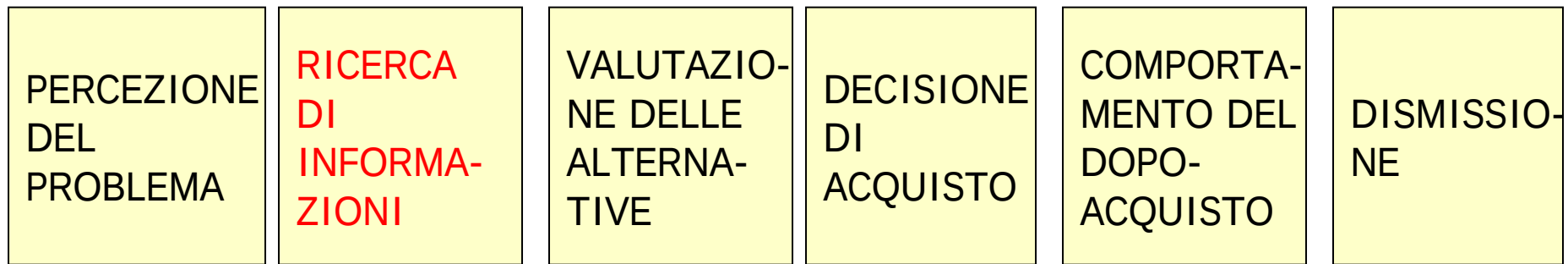
Le situazioni

I punti di vendita

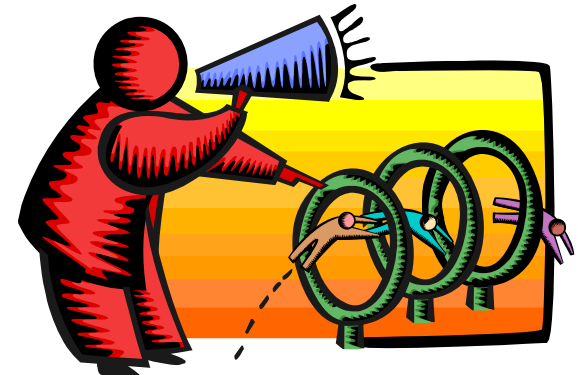
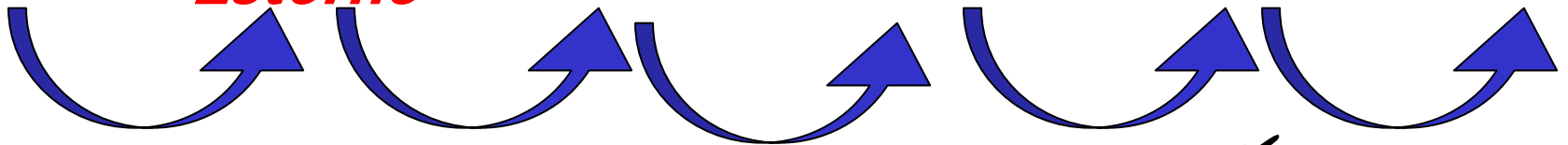
MODELLO A 6 STADI DEL PROCESSO D'ACQUISTO



MODELLO A 6 STADI DEL PROCESSO D'ACQUISTO

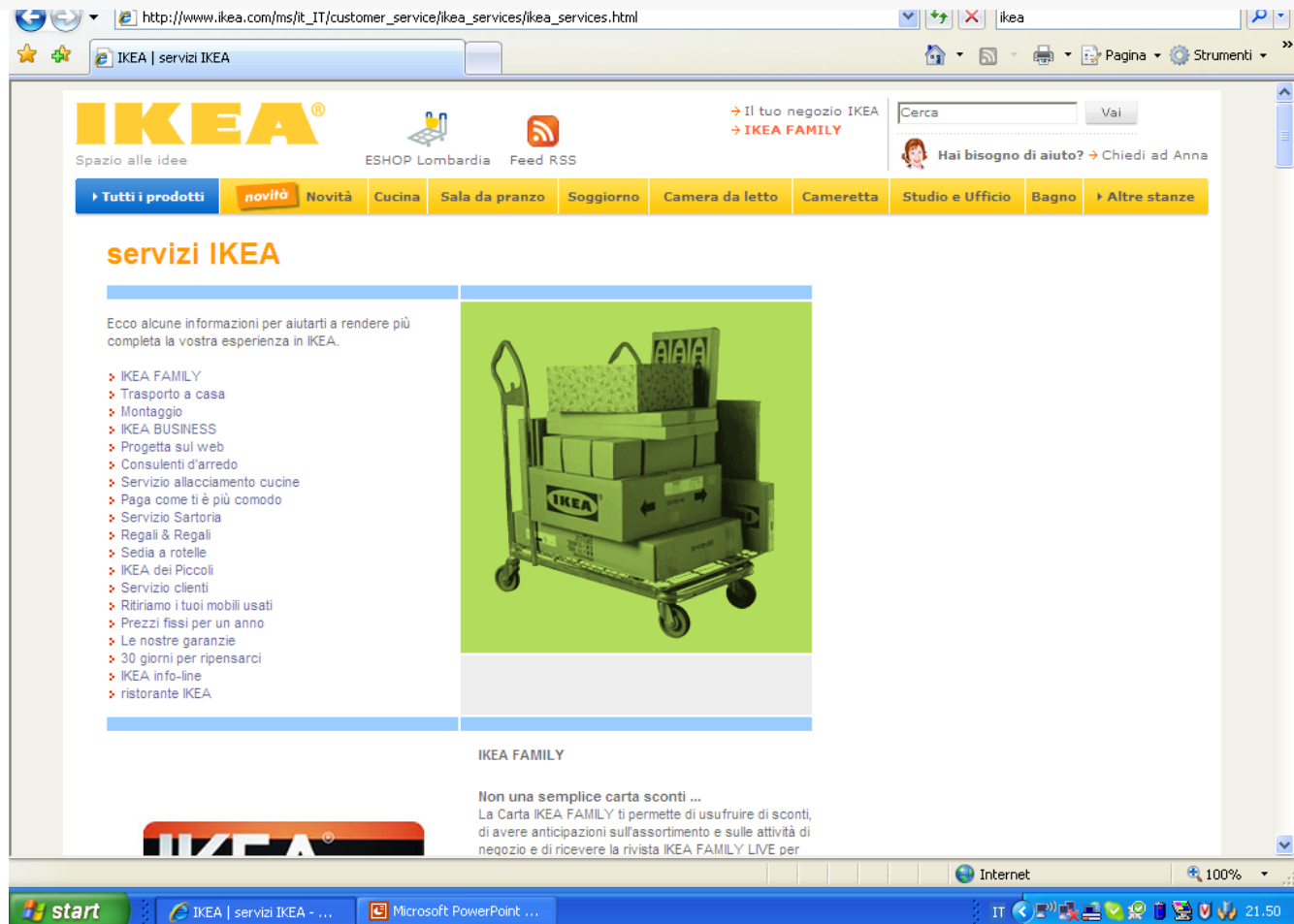


Interne
Esterne



Es. Ikea: riduzione ricerca informazioni

Ingvar Kamprad, nome e cognome del fondatore ed Elmtaryd Agunnaryd rispettivamente il nome della fattoria e del villaggio nel quale il fondatore viveva. Il gruppo IKEA ha 104.000 collaboratori ed è presente in 44 nazioni, ma realizza l'81% del suo fatturato in Europa.



sul contenuto delle garanzie consulta il materiale illustrativo disponibile in negozio. Garanzie valide in Italia, prestate in conformità al D.lgs 24/2002 da IKEA Italia Retail S.r.l., SP 208 n.3, Carugate (MI)



✖ torna all'inizio



30 giorni per ripensarci

Se cambi idea vieni da noi entro 30 giorni con lo scontrino, il prodotto e il suo imballaggio originale: puoi avere un cambio merce o il rimborso completo. Questa possibilità di ripensarci vale su tutto a eccezione degli articoli d'occasione, piante, lampadine, tessuti a metro e articoli su misura.

Per maggiori informazioni consulta il nostro sito. Ai soci IKEA FAMILY è riservata l'estensione della garanzia a 90 giorni.

✖ [Clicca qui per conoscere IKEA FAMILY](#)

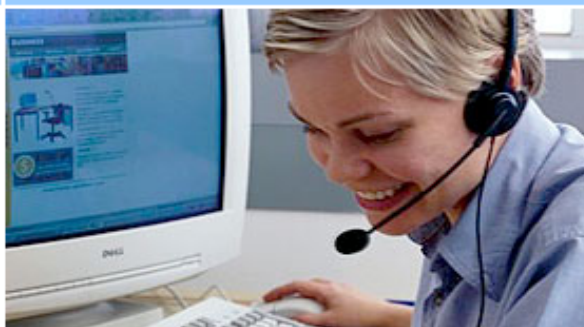
✖ torna all'inizio

IKEA info-line

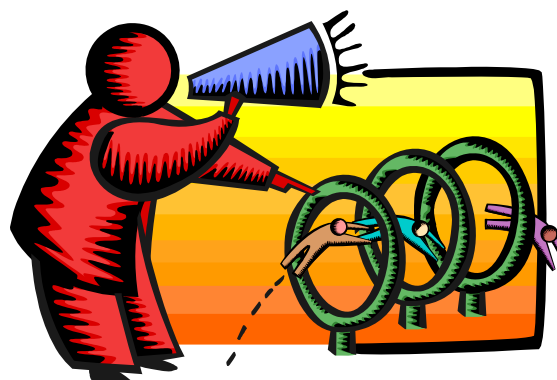
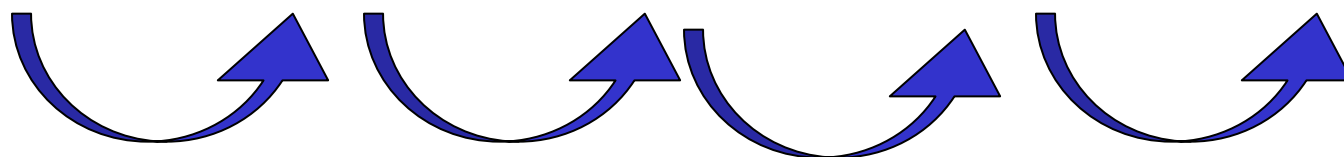
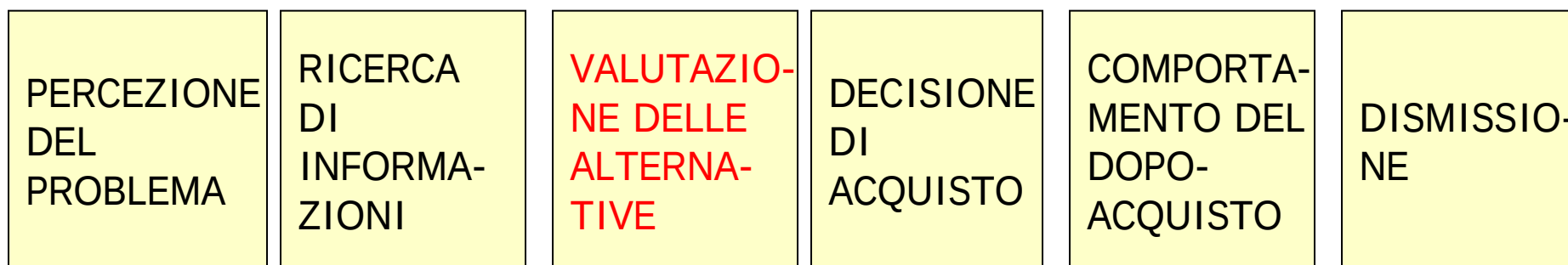
Parla personalmente con uno dei nostri addetti al Servizio Clienti. I nostri operatori rispondono dalle 09.00 alle 18.00 dal lunedì al sabato.

Da poco poi, abbiamo ampliato l'offerta del nostro risponditore con nuove informazioni:

1) Puoi chiedere la disponibilità della merce direttamente digitando il codice dell'articolo o con il nome e il prezzo della pagina del catalogo generale;



MODELLO A 6 STADI DEL PROCESSO D'ACQUISTO



Insiemi considerati nelle decisioni di acquisto (es. lavatrice)

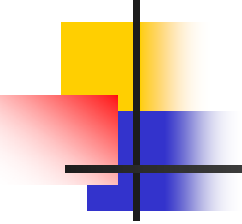
**ARISTON
CANDY
ELECTROLUX
SAN GIORGIO
AEG
MIELE
ZEROWATT
ZOPPAS
IGNIS
CASTOR
REX**

**ARISTON
CANDY
AEG
MIELE
ZOPPAS
IGNIS
REX**

**ARISTON
CANDY
IGNIS
REX**

**ARISTON
CANDY
REX**

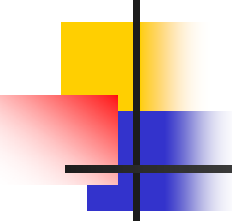
?



MODELLO DEL VALORE ATTESO

Es. elementi di scelta di una lavatrice

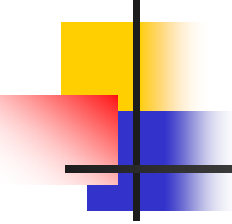
Marche	Attributi			
	Programmi di lavaggio	Consumi	Ingombro	Prezzo
A	10	8	6	4
B	8	9	8	3
C	6	8	10	5
D	4	3	7	8



MODELLO DEL VALORE ATTESO

Es. elementi di scelta di una lavatrice

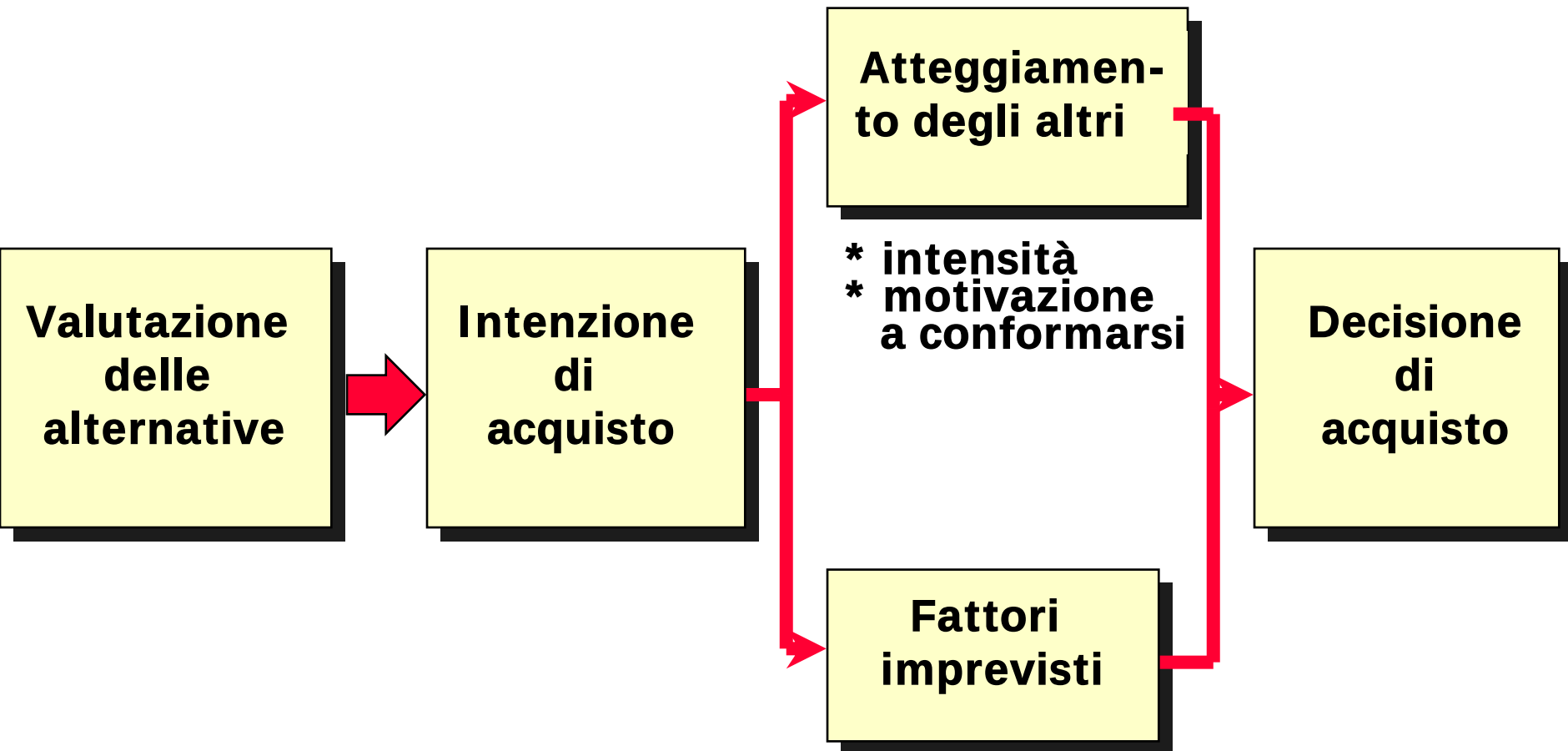
Marche	Attributi								TOT.
	Programmi di lavaggio		Consumi		Ingombro		Prezzo		
	<u>Punt.</u>	<u>peso</u>	<u>punt.</u>	<u>peso</u>	<u>punt.</u>	<u>peso</u>	<u>punt.</u>	<u>peso</u>	
A	10	0,4	8	0,3	6	0,2	4	0,1	8,0
B	8	"	9	"	8	"	3	"	7,8
C	6	"	8	"	10	"	5	"	7,3
D	4	"	3	"	7	"	8	"	4,7



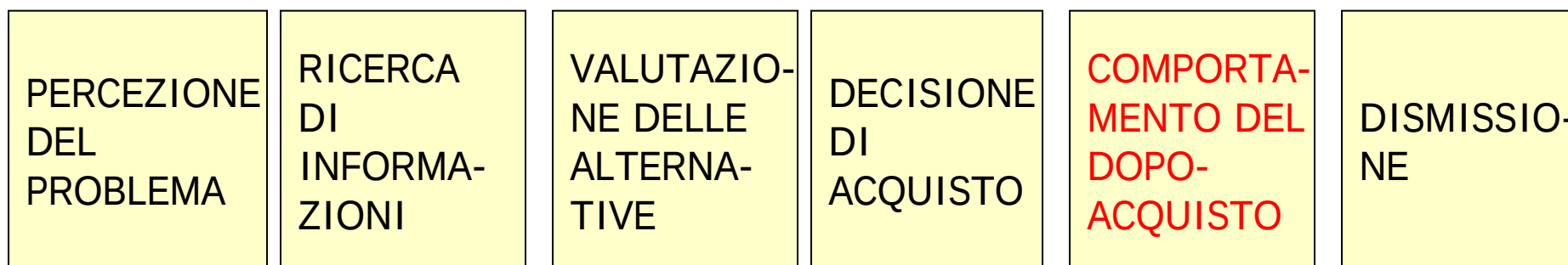
... iniziative possibili

- **Modifica delle caratteristiche di prodotto (riposizionamento reale)**
- **Modifica delle opinioni sul prodotto (riposizionamento psicologico)**
- **Modifica delle opinioni sulle marche dei concorrenti (deposizionamento)**
- **Modifica del peso relativo di diversi fattori di valutazione**
- **Richiamo dell'attenzione sugli attributi scarsamente considerati**
- **Modifica del livello ideale di alcune caratteristiche**

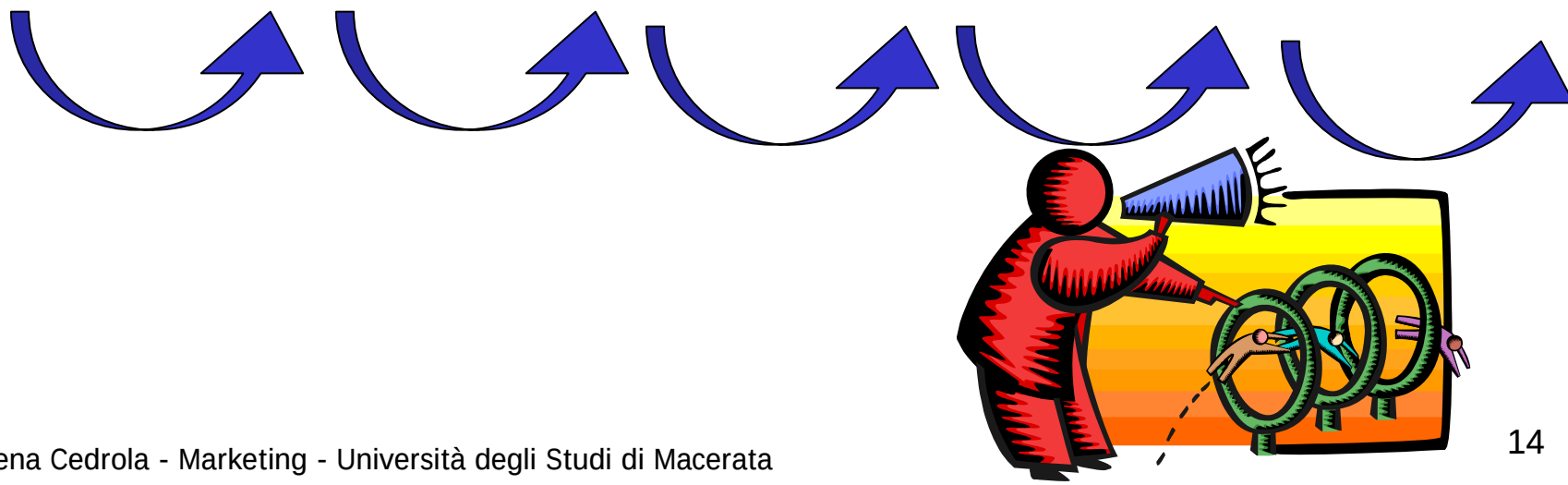
LA VALUTAZIONE DELLE ALTERNATIVE



MODELLO A 6 STADI DEL PROCESSO D'ACQUISTO



Dissonanza
Discordanza - Concordanza



Ritiriamo i tuoi mobili usati

Se compri i tuoi mobili all'IKEA, possiamo ritirare i tuoi mobili vecchi. IKEA offre questo servizio su mobili ed elettrodomestici ad esclusione di frigorifero e televisione. Per informazioni sui costi di questo servizio chiedi nel tuo negozio IKEA.



[torna all'inizio](#)

Prezzi fissi per un anno



I prezzi del catalogo IKEA 2007 valgono fino al 26 agosto 2007. Possono diminuire in occasione di saldi e promozioni. In caso di variazioni di IVA, inclusa nei prezzi, siamo obbligati ad adeguarci alla norma in vigore. I nostri prezzi si riferiscono sempre al prodotto venduto col sistema IKEA: ritiri tutto subito (a parte la merce che arriva direttamente a domicilio), lo porti a casa e fai tu il montaggio. Così la massima convenienza è garantita!

[torna all'inizio](#)

Le nostre garanzie

<i>Fase del processo</i>	<i>Acquisto di un nuovo impianto stereo</i>	<i>Acquisto di una scatoletta di tonno</i>
Riconoscimento del problema	Il vecchio impianto non accetta i DVD e, in ogni caso, ha cominciato a emettere fastidiosi crepitii.	Abbiamo consumato l'ultima ieri e questa sera andiamo al supermercato.
Ricerca di informazioni	Contattiamo alcuni amici e vediamo che tipo di impianti possiedono. Visitiamo i negozi della nostra zona per una prima ricognizione di alcuni modelli; cerchiamo di testare alcuni impianti in negozi specializzati (si tratta di una ricerca prevalentemente esterna).	Ricordiamo la marca che ci piace (si tratta di una ricerca prevalentemente interna).
Valutazione delle alternative	Esaminiamo a casa con calma i depliant raccolti e magari le annotazioni che ci siamo prese; se possibile, ne parliamo con un amico che si intenda di impianti stereo; decidiamo in quale fascia di prezzo intendiamo collocare la nostra scelta.	Troviamo quella giusta sullo scaffale. Magari diamo un'occhiata ad altre marche o anche alle confezioni con il marchio commerciale (<i>private label</i>).

Acquisto

Presa la decisione, torniamo nel negozio e compriamo il prodotto prescelto. Magari paghiamo con la carta di credito perché non abbiamo disponibilità sufficiente sul conto corrente, o semplicemente perché è il sistema più semplice.

La mettiamo nel carrello e la facciamo passare alla cassa insieme al resto della spesa. Oppure, se ne abbiamo urgente bisogno, la acquistiamo nel negozio sotto casa.

Valutazione post-acquisto

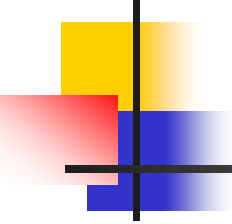
Giunti a casa mettiamo in funzione l'impianto e giudichiamo la qualità del suono. Con il tempo valutiamo anche altri aspetti, come l'affidabilità. Registriamo le informazioni e, se necessario, le passiamo agli amici.

Mangiamo il tonno. Era al solito livello? Se sì, non c'è bisogno di fare altro. Se no, possiamo tornare al supermercato o al negozio per reclamare, oppure decidiamo di acquistare, d'ora in poi, un prodotto di un'altra marca.

Dismissione

Vendiamo l'impianto come usato, lo permutiamo con uno nuovo o lo regaliamo a un amico.

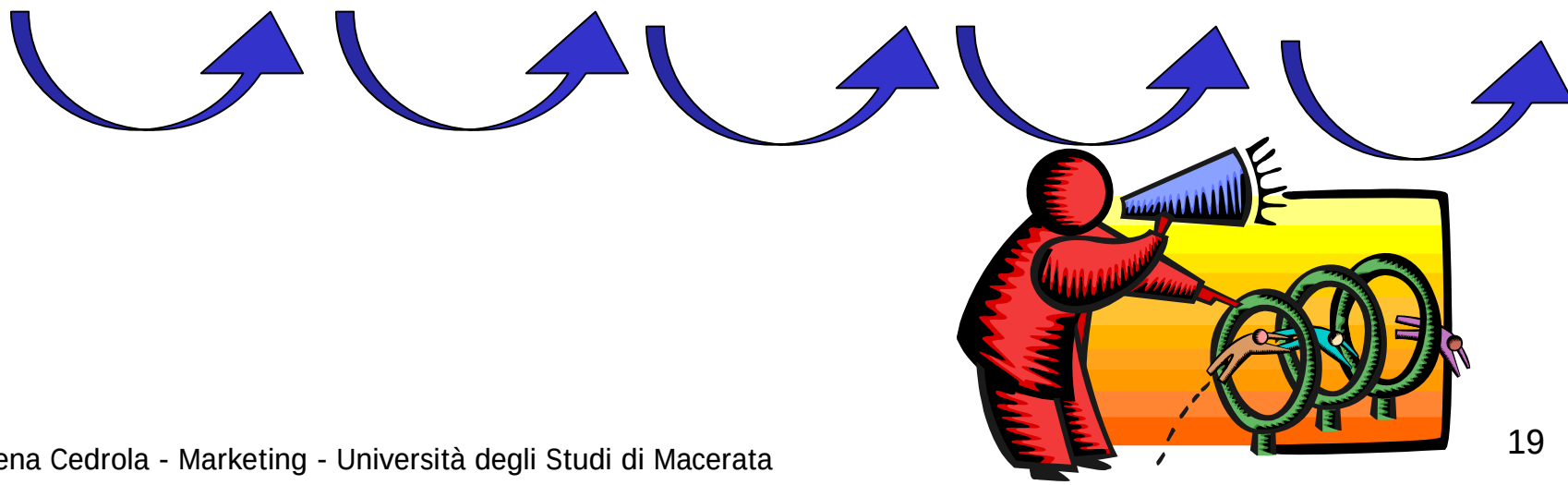
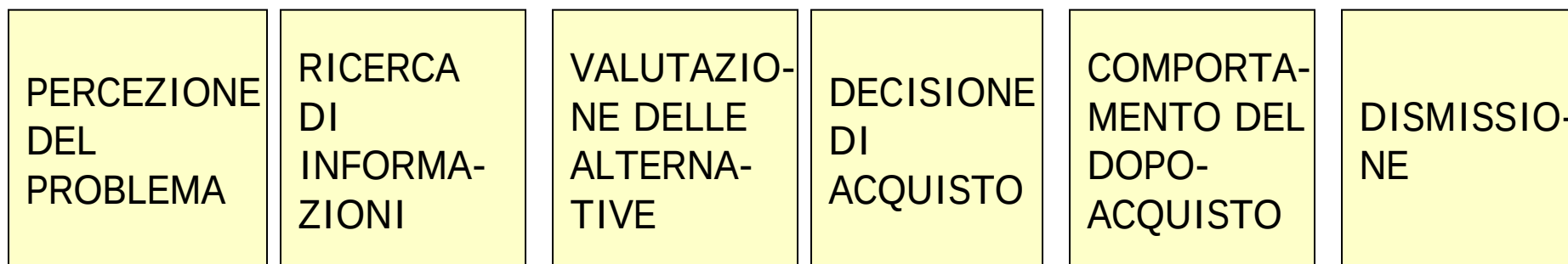
Buttiamo la scatoletta nella spazzatura oppure nel contenitore per la raccolta differenziata.



LE TIPOLOGIE DI COMPORTAMENTO D'ACQUISTO SECONDO ASSAEL

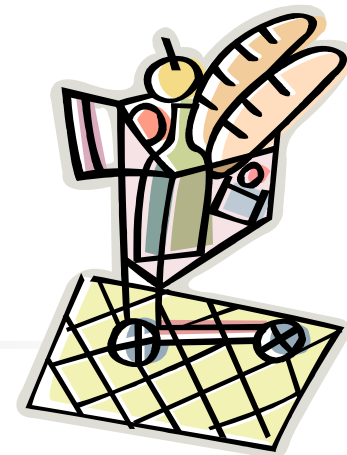
	Alto coinvolgimento	Basso coinvolgimento
Significative differenze tra le marche	COMPORTAMENTO D'ACQUISTO COMPLESSO <i>A</i>	COMPORTAMENTO D'ACQUISTO VOLTO ALLA RICERCA DELLA VARIETA' <i>B</i>
Poche differenze tra le marche	COMPORTAMENTO D'ACQUISTO VOLTO ALLA RIDUZIONE DELLA DISSONANZA <i>C</i>	COMPORTAMENTO D'ACQUISTO ABITUALE <i>D</i>

MODELLO A 6 STADI DEL PROCESSO D'ACQUISTO



IL PROCESSO DI ACQUISTO

I RUOLI D'ACQUISTO



1. **L'iniziatore**: è la persona che per prima ha l'idea o comunque suggerisce l'acquisto di un particolare prodotto o servizio.
2. **L'influenzatore**: è la persona i cui consigli hanno qualche peso nella decisione finale.
3. **Il decisore**: è la persona che determina, in tutto o in parte, la decisione d'acquisto finale: se acquistare, che cosa acquistare, come acquistare e dove.
4. **L'acquirente**: è la persona che materialmente effettua l'acquisto.
5. **L'utilizzatore**: è la persona che consuma o usa il prodotto o servizio.