

المحاضرة الرابعة عشر:

نماذج للسلوك الاستهلاكي الاعلاني:

السلوك الاستهلاكي الاعلاني يشير إلى كيفية تفاعل المستهلكين مع الإعلانات وقراراتهم الشرائية الناتجة عنها. ومن النماذج والسلوكيات الاستهلاكية التي تظهر في سياق الإعلانات:

١- نموذج AIDA

هذا النموذج يعد من أكثر النماذج شيوعاً في مجال التسويق والإعلان، ويتكون من أربع مراحل:

- الانتباه (Attention): جذب انتباه المستهلك من خلال وسائل إعلانية مبتكرة وجذابة.

- الاهتمام (Interest): إثارة اهتمام المستهلكين عبر تقديم فوائد ومميزات المنتج.

- الرغبة (Desire): تحويل الاهتمام إلى رغبة من خلال خلق صورة إيجابية للمنتج.

- العمل (Action): تحفيز المستهلك على اتخاذ إجراء معين مثل الشراء.

٢- نموذج يشمل العوامل النفسية والاجتماعية

يتأثر سلوك المستهلك بعوامل نفسية واجتماعية، مثل:

- الدوافع: الرغبات والاحتياجات التي تدفع المستهلك للبحث عن منتج معين.

- الإدراك: كيف يفهم المستهلك الرسالة الإعلانية وما إذا كانت تتماشى مع توقعاته.

- القيم والمعايير الاجتماعية: كيف تؤثر ثقافة المجتمع وقيمه على قرارات الشراء.

٣- نموذج التسويق السلوكي

يركز هذا النموذج على كيفية تفسير سلوك المستهلك من خلال تحليل البيانات والتفاعل مع الجمهور:

- تحليل البيانات: دراسة سلوك المستهلك عبر الإنترنت وكيف يتفاعلون مع الإعلانات.

- الترغيب: تقديم عروض خاصة استناداً إلى سلوكيات الشراء السابقة.

-التجزئة: تقسيم السوق إلى مجموعات صغيرة وفقاً لسلوكيات المستهلكين لضمان الوصول إلى الجمهور المناسب.

٤- نموذج الشخصيات Buyer Personas

هذا النموذج يركز على إنشاء شخصيات افتراضية تمثل نوعية المستهلكين:
-تحديد الصفات: إدراج العمر، الجنس، مستوى الدخل، المهنة، والاهتمامات.
-خلق تجارب مخصصة: تطوير استراتيجيات تسويقية تستهدف تلك الشخصيات وتلبي احتياجاتها ورغباتها.

٥- نموذج اتخاذ القرار

يمر المستهلك بمجموعة من الخطوات قبل اتخاذ قرار الشراء:
-التعرف على المشكلة: تمييز حاجة أو رغبة غير مشبعة.
-البحث عن المعلومات: البحث عن خيارات المنتج والخدمات المتاحة.
-تقييم الخيارات: مقارنة بين الخيارات المختلفة بناءً على السعر، الجودة، المميزات.
-اتخاذ القرار: اتخاذ القرار النهائي بشأن الشراء.
-التقييم بعد الشراء: تقييم المشتريات وتجربتها، مما يؤثر على قرارات الشراء المستقبلية.

٦- السلوك الاجتماعي

السلوك الاجتماعي يمكن أن يلعب دوراً مهماً في اتخاذ قرارات الشراء:
-تأثير الأقران: قد يتأثر المستهلكون بآراء أصدقائهم وعائلاتهم.
-المراجعات والتوصيات: يمكن أن تؤثر مراجعات المنتجات من قبل مستخدمين آخرين على السلوك الشرائي.

فهم نماذج وأنماط السلوك الاستهلاكي الإعلان يعطي الشركات insights القيمة حول كيفية تحسين حملاتها الإعلانية وتوجيه رسائلها بشكل أكثر فعالية. يتطلب ذلك تحقيق توازن بين الفهم العميق لاحتياجات المستهلك وتقديم حلول تلبي هذه الاحتياجات بشكل مثير وجذاب.