

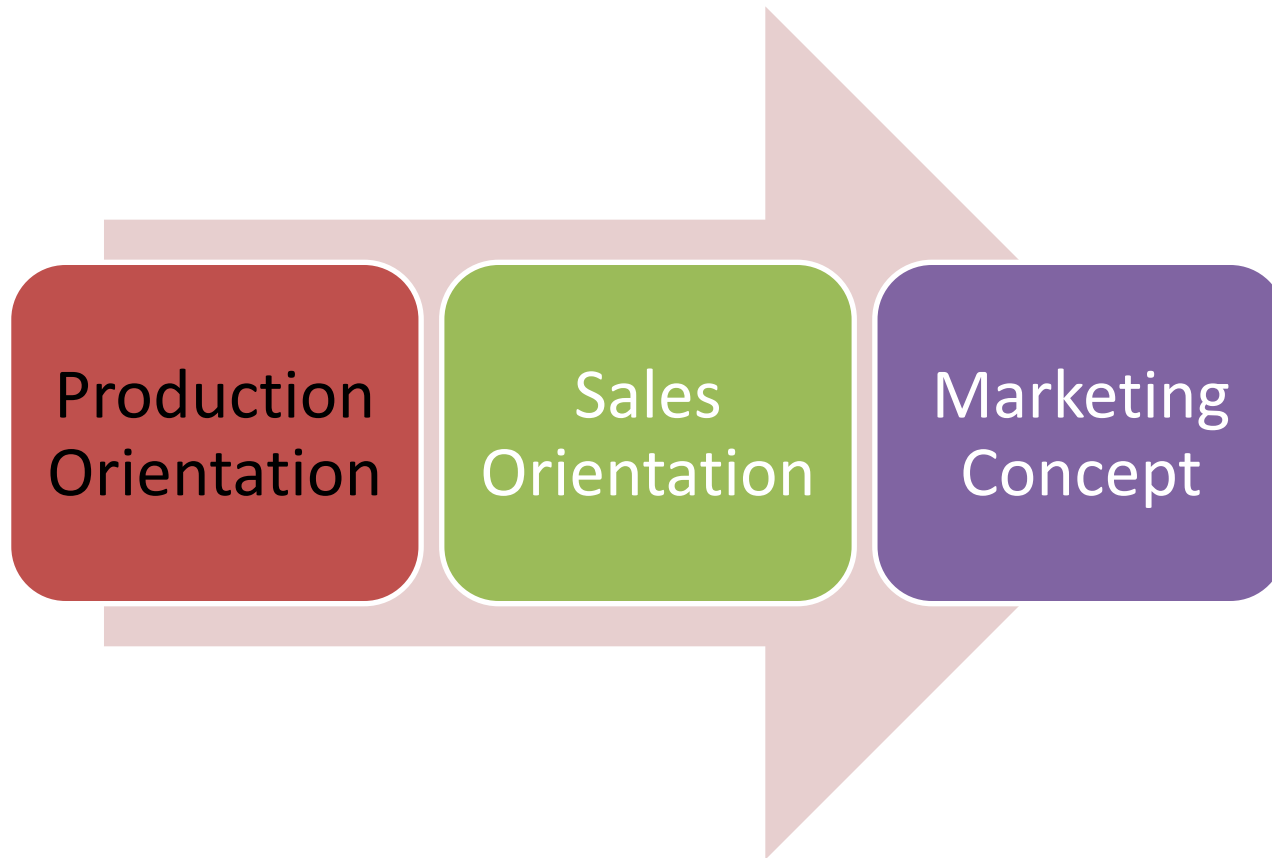
Hva er forbrukeratferd?

Studieenhet 1 – Tema 1

Hva er forbrukeratferd?

- Atferden en forbruker viser når hun søker etter, kjøper, bruker, evaluerer og kvitter seg med produkter og tjenester
- Fokuset er på hvordan individer fatter beslutninger om bruk av verdifulle ressurser (tid, penger, innsats, tenking)
- Vi skal særlig fokusere på de mentale ressursene som kommer forut for, under og etter forbrukeratferd

Utviklingen av Marketing Concept



Forbrukeratferd: en oversikt

- Forbrukeratferd har sitt utgangspunkt i fremveksten av marketing-tankegangen i amerikansk næringsliv fra slutten av 1950-tallet:
 - Fokus på forbrukerbehov
 - Fokus på behovsløsninger – ikke produkter
 - Fokus på markedsundersøkelser
 - Fokus på segmentering
 - Fokus på merkevarebygging
 - Fokus på posisjonering
 - ”Oppfinnelse” av fire P-er (McCarthy 1960)

*People don't want
to buy a
quarter-inch drill.
They want a
quarter-inch hole!*

Forbrukeratferd: en oversikt

- Denne måten å tenke på – *marketing management* – som universitetsfag og i næringslivet – satte økt fokus på forskning
- Noen viktige begreper som vokste frem:

$$\text{Kundeverdi} = \frac{\text{Kundefordeler (økonomisk/funksjonelt/psykologisk/sosialt)}}{\text{Ressursbruk (penger, tid, innsats, kognitive prosesser)}}$$

Forbrukeratferd: en oversikt

- Kundetilfredshet:
 - Forbrukerens persepsjon av ytelser og leveranser fra produkt/tjeneste relativt til forventninger
- Kundetilfredshet henger nært sammen med kundelojalitet – et sentralt mål for mange bedrifter

Forbrukeratferd: en oversikt

- Kundelojalitet:
 - Lojale kunder kjøper flere produkter/tjenester
 - Lojale kunder er mindre prissensitive
 - Lojale kunder er billigere å kommunisere med (de kjenner oss allerede)
 - Lojale kunder sprer positiv vareprat

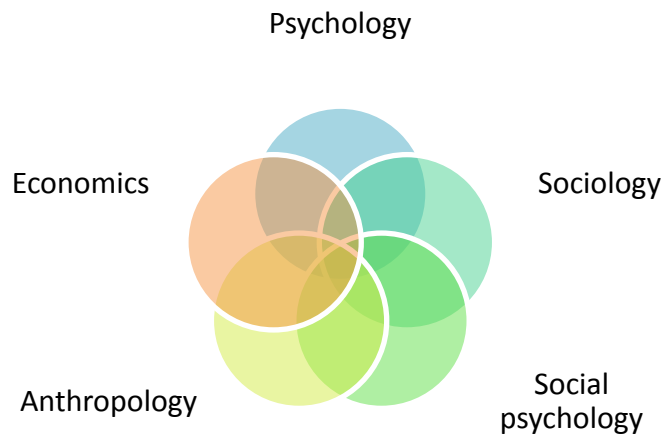
Forbrukeratferd: en oversikt

- Poenget er at for å forstå disse begrepene og forstå hvordan bedrifter kan oppnå fordeler med kundeverdi, kundetilfredshet og kundelojalitet...

må man studere og forstå forbrukerens atferd, tanker og beslutninger!

Forbrukeratferd er mange fag

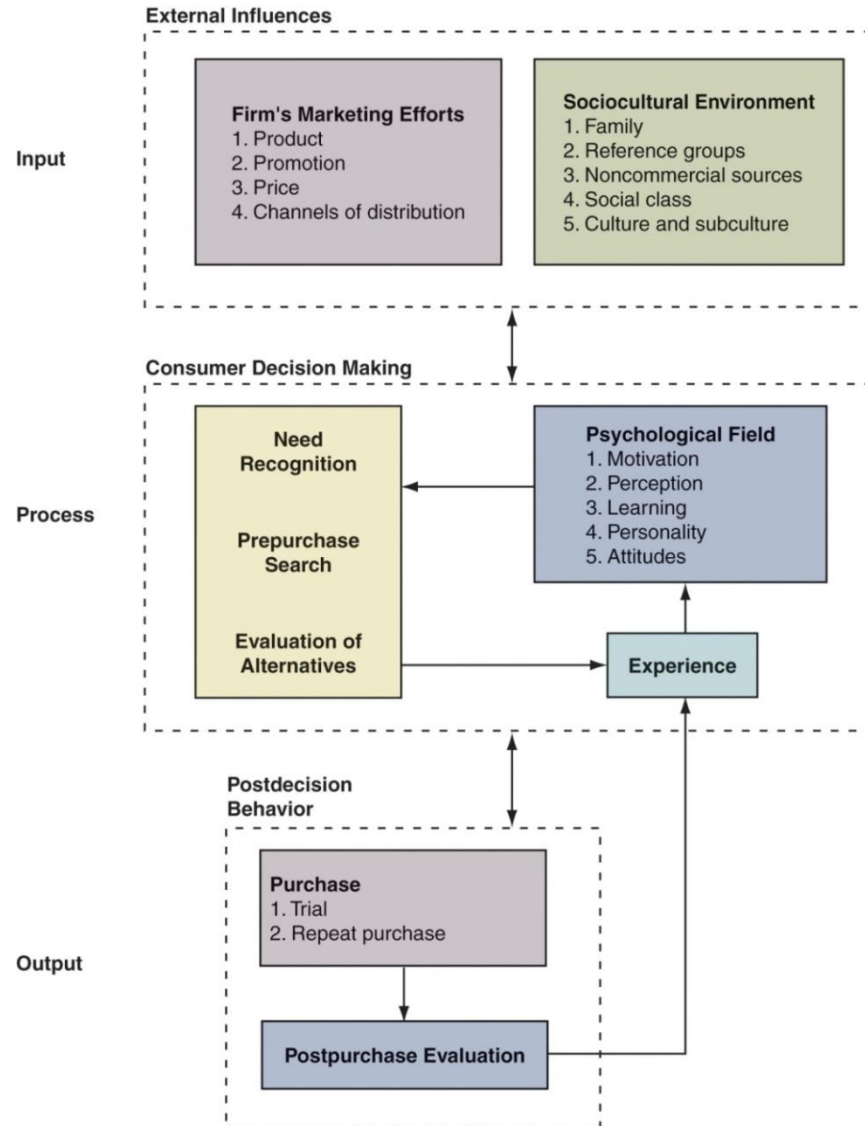
- Psykologi (kognitiv og sosial psykologi)
- Sosiologi
- Antropologi
- Økonomi (inkl. økonomisk psykologi)



Forbrukeratferd i endring?

- Fremvekst at ny teknologi som:
 - **Gjør informasjonsinnhenting enklere** – men som også bidrar til å forvirre....
 - **Gir forbrukerne mer makt** – men kan de manipuleres?
 - **Gir muligheter for mer presis segmentering og tilgjengeliggjøring av nye varer og tjenester**
 - **Endrer hvor og når vi gjør innkjøp** – netthandel
 - **Gir etiske utfordringer**

En grunnmodell



Forbrukerforskning

- Kvantitative tilnærminger:
 - Beskrive effekter av reklame/produktendringer/design etc. på forbrukeratferd
 - Kunne "forutse" konsekvenser av bedriftens handlinger
 - Typisk spørreundersøkelser, eksperimenter og bruk av statistiske analyser
- Kvalitative tilnærminger
 - Dypere forståelse av kjøp og konsum
 - Kan ikke generaliseres til å gjelde hele markedet – men kan gi viktig forståelse og input til beslutninger
 - Dybdeintervjuer, fokusgrupper, deltakende observasjon

I praksis brukes begge tilnærminger

Undersøkellesprosessen

