



2. 5. 2013 - doplnění

- 1. The customer journey**
- 2. AIDA**
- 3. Faktory ovlivňující chování spotřebitelů**

The customer journey



AIDA

- Účinný model stupňového působení propagace, který postupuje krok za krokem čtyřmi etapami:
 1. *Attention* – upoutat pozornost
 2. *Interest* – vzbudit zájem o informace a produkt (bezděčná pozornost přechází v záměrnou)
 3. *Desire* – vytvoření touhy (přání, rozhodnutí) vlastnit produkt
 4. *Action* – výzva k akci (lidé zašlou objednávku nebo si jdou produkt koupit)

Faktory ovlivňující chování spotřebitelů I.

- Sociální vlivy
- Individuální vlivy
- Environmentální vlivy
- Makroekonomické trendy
- Politické vlivy

Faktory ovlivňující chování spotřebitelů II.

■ Sociální vlivy:

1. Kulturní vlivy
2. Sociální status
3. Rodinný cyklus
4. Zájmové skupiny

■ Individuální vlivy:

1. Osobnost
2. Postoje
3. Motivace
4. Vnímání

Faktory ovlivňující chování spotřebitelů III.

■ Makroekonomické trendy:

1. Vývoj DPH
2. BRIC
3. Nové segmenty a produkty

■ Politické vlivy:

1. Zvyšování daní
2. Bezpečnost
3. Imigrační politika
4. Roste význam CR
5. Pojem „riziko“