

الشخصية و الإدراك و سلوك المستهلك

الشخصية وسلوك المستهلك

يهدف هذا الفصل الى :

- تحديد مفهوم الشخصية وتطورها وخصائصها
- تحديد الابعاد التسويقية للشخصية
- تحليل نماذج الشخصية واثرها على سلوك المستهلك

مفهوم الشخصية

تركيبية من المكونات النفسية الداخلية للإنسان
المبنية على الخبرات والتجارب والمعلومات
والادراكات والمفاهيم ، بالإضافة للمشاعر
والاحاسيس والمواقف الذهنية والتي يعبر عنها
بتصرفات وسلوك الفرد في حياته تجاه الاحداث
والمسائل والقضايا التي يصادفها في بيئته.

نظرية
السمات

**نظريات
الشخصية**

التحليل النفسي
(نظرية فرويد)

النظرية
الاجتماعية

نظرية المفهوم
الذاتي

خصائص الشخصية

- ▶ مجموعة من الصفات الداخلية العضوية المتكاملة
- ▶ تعكس الاختلافات الفردية بين الافراد
- ▶ صفاتها ثابتة نسبيا
- ▶ ذات بعد اجتماعي نسبي

أنماط الشخصية

العقائدية

السلطوية

الانطوائية
والانبساطية

البيروقراطية

الميكافيلية

الأبعاد التسويقية لأنماط الشخصية

- إمكانية تجزئة السوق الى بعض السلع لتتفق مع أنماط الشخصية المتداولة
- تساعد في تحديد الوسيلة الترويجية والإعلانية المناسبة لكل نمط من أنماط الشخصية
- الشخصيات المجددة والمبتكرة أكثر ميلا لشراء السلع الجديدة عكس الشخصيات المحافظة

الإدراك وسلوك المستهلك

الأهداف:

- تحديد مفهوم الإدراك بشكل عام والإدراك الحسي بشكل خاص.
- دراسة العوامل التي تؤثر على الإدراك الحسي.
- بيان علاقة الإدراك الحسي بسلوك المستهلك.

مفهوم الادراك

عملية استقبال وتنظيم واختيار وترجمة المنبهات
وتحويلها الى معلومات بهدف الحصول على
معنى لها

خصائص الإدراك

١. هو احدى خصائص الشخصية الإنسانية وعملية من عملياتها

٢. يشمل على ما هو اكثر من الإحساس

٣. الادراك عملية مركبة

٤. الادراك بحد ذاته هو انتقاء

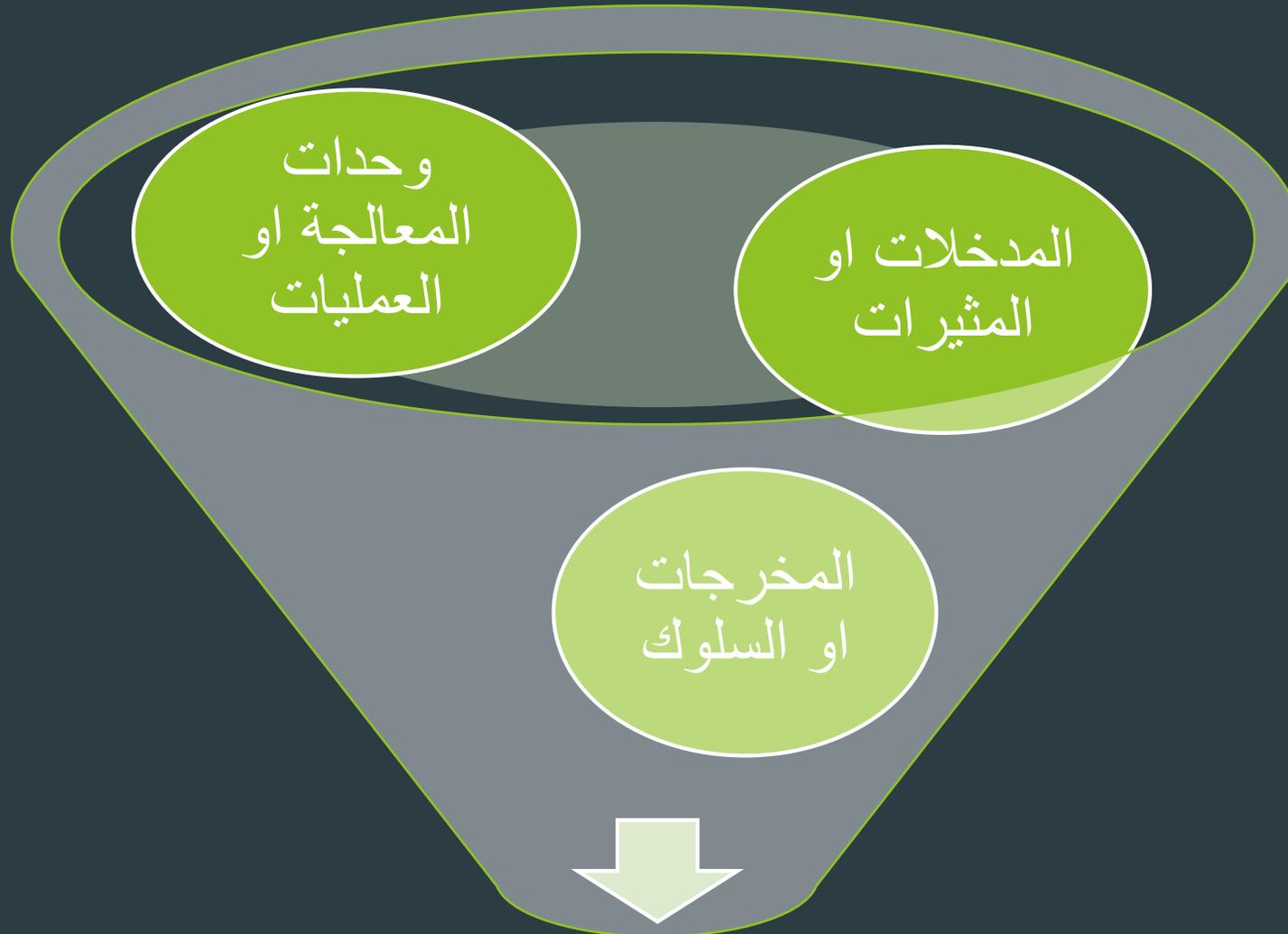
اشكال الإدراك

- يقصد به ادراك المفاهيم والمسلمات والحقائق العامة كمفاهيم الحياة والمنطق، وهو من اعمال العقل والدماغ

الإدراك المجرد

- مجموعة الاستجابات الكلية للمنبهات الصادرة من المثيرات الخارجية والتي يستقبلها الفرد عن طريق الاعصاب الموجودة في الأعضاء الحسية

الإدراك الحسي



عناصر الادراك الحسي

العوامل المؤثرة على الادراك الاختياري

عوامل تتعلق بخصائص الشخص	عوامل تتعلق بخصائص المنبه
١. الخبرات السابقة	١. قوة او شدة المنبه
٢. الحاجات والدوافع	٢. الحجم
	٣. التباين
	٤. التكرار
	٥. الحركة
	٦. الجدة والألفة

العوامل المدمرة للإدراك

- ▶ المظاهر البدنية المادية
- ▶ الصور الإدراكية المطبوعة
- ▶ المصادر المحترمة
- ▶ الإشارات غير الهامة او الغير مرتبطة بالموضوع
- ▶ الانطباعات الأولية
- ▶ التسرع بالحكم
- ▶ اثر الهالة
- ▶ الحاجات والدوافع غير المشبعة لدى الشخص

الجودة المدركة للماركة

يقصد بها الادراك المرتفع للجودة والذي يقود لتكرار
عملية الشراء

► ويؤثر عليها مجموعتين من العوامل

العوامل
الداخلية
الموضوعية

العوامل
الخارجية
الشكلية

النسق الإدراكي

هو ان يدرك الفرد ما حوله في اطار مترابط من
الأجزاء، فهو لا يدركها في تفككها وتشتتها ولكن
يدركها ككيان مترابط

العوامل المؤثرة في النسق الإدراكي

عوامل تتعلق بالظروف او الموقف

- اثر العوامل التقنية والاجتماعية والبيئية
- اثر البيئة التنظيمية
- اثر العلاقة بين المدرك والمثير (إيجابية او سلبية)

عوامل تتعلق بخصائص الشخص

- الخبرات السابقة للشخص
- الثقافة والمفاهيم السائدة
- شبكة دوافع الفرد
- نوع الشخصية والصورة عن الذات
- المصافي الحسية

عوامل تتعلق بخصائص المنبه

- التشابه في خصائص المنبهات
- التقارب الزمني والمكاني
- سد الثغرات في المعلومات
- الإطار الادراكي الذي تقدم فيه المعلومات
- التعقيد والبساطة

علاقة الجزء بالكل في النسق الادراكي

هناك مجموعة من الحالات التي تطبق فيها صفات الجزء على الكل:

- التماثل : عندما تكون الفروق ضئيلة

- الإطار المرجعي: ويقصد به الاطار العام الذي يضم مجموعة من المنبهات

- المستوى المتوسط الذي يتم القياس عليه: عادة الفرد يتخذ محتوى معين

يعتبره أساس للمقارنة وعلى هذا الأساس يتم الحكم على الاشياء