

Modulo 3: E-MARKETING

Lezione 3: Comportamento del cliente

Modulo 3: E-MARKETING

Unità 3	COMPORAMENTO DEL CLIENTE
Argomento 1	Comportamento del cliente. Definizioni
Argomento 2	Comportamento del cliente. I fattori
Argomento 3	Processo di comportamento del cliente
Argomento 4	Come conoscere il comportamento dei clienti?
Argomento 5	Fasi del comportamento del cliente
Argomento 6	Importanza di conoscere il comportamento dei consumatori

Modulo: Risultati di apprendimento

Modulo 3: E-marketing

Lezione 3: Comportamento del cliente

Introduzione al modulo: In questo modulo viene sviluppato uno dei temi più importanti legati al commercio elettronico di oggi. Il marketing digitale (E-Marketing) è diventato uno strumento fondamentale per la vendita dei prodotti. Il modulo affronta temi essenziali dell'E-Marketing, come lo sviluppo di competenze digitali e la conoscenza dei fattori che influenzano il comportamento dei clienti e, quindi, la creazione di strategie di vendita di successo. Anche la presentazione del prodotto (packaging) e i diversi metodi di spedizione e di pagamento sono molto apprezzati dai clienti, per questo hanno uno sviluppo specifico in questo modulo.

Introduzione alla lezione: nella lezione 3 vengono spiegati i concetti più importanti sul comportamento del consumatore. Poiché il comportamento del consumatore è essenziale per sviluppare una strategia di marketing di successo, è fondamentale sapere come viene definito, quali fattori lo influenzano e come effettuare un'analisi corretta che migliori la vendita del nostro prodotto o servizio.

Conoscenza

Gestire i diversi concetti relativi al "comportamento del cliente" e i diversi fattori che lo influenzano.

Sviluppare strategie di vendita e lealtà del cliente

Competenze

Analizzare i diversi fattori che influenzano il comportamento dei clienti nell'acquisto di un prodotto o nella scelta di un marchio specifico e non di altri.

Competenze

Sviluppare strategie di vendita e fidelizzazione dei clienti

--	--	--

Video introduttivo

SCRIPT:

Ciao a tutti!

In questa lezione vengono spiegati i concetti più importanti sul comportamento dei consumatori.

Poiché il comportamento del consumatore è essenziale per sviluppare una strategia di marketing di successo, è fondamentale sapere come viene definito, quali fattori lo influenzano e come effettuare un'analisi corretta che migliori la vendita del nostro prodotto o servizio.

Unità 3: COMPORTAMENTO DEL CLIENTE

Argomento 1: Comportamento del cliente. Definizione

- In questo argomento viene definito il concetto di "comportamento del consumatore".
- Conoscere *il "comportamento del consumatore"*, le sue caratteristiche e i fattori che lo influenzano è essenziale per sviluppare una strategia di marketing e di E-Marketing per la promozione e la vendita dei prodotti.
- Conoscere le esigenze e le richieste dei potenziali clienti aiuta l'imprenditore a concentrare i propri sforzi sugli elementi essenziali, ad attrarre e a fidelizzare i clienti che permettono alla sua azienda di crescere e di affermarsi sul mercato al di sopra di altri marchi commerciali.

Argomento 1: Comportamento del cliente. Definizione

- Nel comportamento del cliente sono coinvolti processi quali la scelta del prodotto, l'acquisto, l'utilizzo o l'abbandono del prodotto, l'esperienza del cliente con il punto vendita o la piattaforma di acquisto online, la presentazione/confezione del prodotto, ecc.
- L'idea che i prodotti siano fatti a mano, locali, del commercio equo e solidale o che utilizzino materiali riciclati attira molti clienti, soprattutto giovani che cercano un prodotto unico con un valore aggiunto.

Per saperne di più: <https://www.questionpro.com/blog/consumer-behavior-definition/>

Argomento 2: Comportamento del cliente. I fattori

- È importante sapere che il comportamento dei clienti o dei consumatori sono influenzato da molteplici variabili.
- Queste variabili sono raggruppate in:
 - **Fattori personali** (età, cultura, generazione)
 - **Fattori psicologici** (convinzioni, stati d'animo, percezione dei propri bisogni)
 - **Fattori sociali** (livello di istruzione, livello economico, caratteristiche della famiglia)
- È interessante sapere come l'influenza delle campagne di marketing sia direttamente correlata all'umore dei clienti.

Argomento 2: Comportamento del cliente. I fattori

- Psicologia del consumatore: Imparare la sua importanza per analizzare i clienti
modelli di comportamento

Per saperne di più: <https://www.emotiv.com/glossary/consumer-psychology/> [e https://www.educba.com/4-factors-influencing-consumer-behaviour/](https://www.educba.com/4-factors-influencing-consumer-behaviour/)

Argomento 3: Processo di comportamento del cliente

- Il ***processo di comportamento del cliente attraversa*** diverse fasi. Identificarle è fondamentale per convertire le esigenze di un potenziale cliente in un consumatore fedele del nostro marchio.
- Il processo inizia con una ***MANCANZA***. Una volta che il consumatore è consapevole di questa mancanza, si crea un ***BISOGNO***. Una volta che il cliente è consapevole di questo bisogno, sente la ***MOTIVAZIONE***, che è ciò che lo spingerà a soddisfarlo. Ogni persona tende a soddisfare i propri bisogni in modo diverso. Qui influiscono il ***DESIDERIO*** e le convinzioni personali. Allo stesso modo, il modo in cui ogni persona risolve i propri bisogni diventa un ***APPRENDIMENTO***, in cui i fattori familiari, sociali e

culturali esercitano la loro influenza.

Argomento 3: Processo del comportamento del consumatore

- **L'ATTITUDINE** del cliente nei confronti delle opzioni di vendita che gli vengono presentate è un passo fondamentale in questo processo, così come la **SITUAZIONE ECONOMICA**, che determina la scelta finale. Infine, è essenziale disporre di un'adeguata **INFRASTRUTTURA** per vendere il prodotto, sia in un locale fisico che in un sito web. Tenete inoltre presente che una buona strategia di **MARKETING** è fondamentale e decide una buona percentuale della vendita dei prodotti, soprattutto nei clienti indecisi.

Per saperne di più: <https://lapaas.com/consumer-behavior/>

Argomento 4: Come conoscere il comportamento dei clienti?

- Per conoscere il comportamento di un potenziale cliente, è importante conoscere i fattori che lo influenzano.
- L'analisi dei fattori personali, sociali e culturali è essenziale per comprendere il processo decisionale di un cliente nei confronti di un determinato prodotto o marchio.
- L'età è un aspetto da tenere in considerazione, poiché con l'avanzare dell'età non cambia solo la situazione personale, ma anche le esigenze.
- Focalizzare il nostro target di vendita su una specifica fascia d'età può essere molto utile per la strategia di marketing .

- Altri aspetti da tenere in considerazione sono: il sesso, il livello di reddito e il livello di istruzione del cliente.

Argomento 4: Come conoscere il comportamento dei clienti?

- **Genere:** Le differenze tra le esigenze delle donne e degli uomini li portano ad avere preferenze diverse in termini di prodotti. Non è sempre così, ma è un aspetto da tenere in considerazione.
- **Livello di reddito:** Il reddito gioca un ruolo fondamentale quando i clienti decidono per un tipo di prodotto e, soprattutto, per determinati marchi. Soprattutto quando sul mercato esiste un'ampia gamma di prodotti a basso costo.
- Il **livello di istruzione** influenza i vantaggi che il cliente cerca in un determinato prodotto. Questo si vede chiaramente nella vendita di prodotti elettronici o digitali.

Per saperne di più: <https://lapaas.com/consumer-behavior/>

Argomento 5: Fasi del comportamento del cliente

- Conoscere il comportamento del cliente significa analizzare, in precedenza, quali sono le sue esigenze, quali fattori influenzano il suo processo decisionale e qual è la sua opinione su determinati prodotti e marchi.
- Per analizzare tutto questo, esistono diversi metodi di ricerca che permettono di includere un'ampia varietà di variabili di studio.
- La strategia più utilizzata a livello globale è l'ANALISI DI MERCATO, anche se se ne possono utilizzare molte altre, come il feedback dei clienti, i sondaggi, i siti web con domande e risposte, i panel online o i focus group.

Per saperne di più: <https://www.questionpro.com/blog/data-collection/>

Argomento 6: Importanza di conoscere il comportamento dei consumatori

Conoscere il comportamento dei consumatori è essenziale, poiché:

- Si crea un rapporto migliore con i clienti, il quale si fidelizza.
- Genera più clienti.
- Aiuta a definire meglio il potenziale cliente e a stabilire le potenziali nicchie di mercato
- Migliora la posizione del marchio rispetto agli altri.

Per saperne di più: <https://www.educba.com/customer-support/>

Attività di apprendimento 1: Gioco di ruolo: come servo i miei clienti

Obiettivo educativo	Tipo di attività	Contenuto	Materiale aggiuntivo
Gestione delle competenze sociali e linguistiche Conoscenza dei concetti coinvolti nel processo di compravendita	Simulazione	In questo gioco di ruolo si svolgono le principali situazioni che si verificano durante un acquisto/una vendita. I corsisti si metteranno nei panni del cliente e dell'addetto alle vendite per alcuni minuti. L'analisi di queste situazioni crea un feedback fondamentale per l'apprendimento.	Elenco di risorse, link, video che potrebbero essere utili per il gruppo target.

Attività di apprendimento 2: Creazione del profilo del cliente

Obiettivo educativo	Tipo di attività	Contenuto	Materiale aggiuntivo
Analizzare i diversi fattori che influenzano il comportamento dei clienti.	Individuale	Creare un profilo del cliente per la vendita di prodotti artigianali, analizzando tutte le possibili variabili	https://www.questionpro.com/blog/consumer-behavior-definition/ https://www.educba.com/4-fattori-che-influenzano-il-comportamento-del-consumatore/

Attività di apprendimento 3: Risorse per l'analisi del comportamento del consumatore

Educativo Obiettivo	Tipo di attività	Contenuto	Materiale aggiuntivo
Utilizzo di diversi formati per la creazione di documenti. Ricerca e dati Analisi	Individuale	Creazione di un questionario o di altre risorse per analizzare il comportamento dei clienti interessati all'acquisto di prodotti artigianali	https://www.questionpro.com/blog/data-collection/

Valutazione

Domanda 1:

Scegliere l'opzione corretta:

Il comportamento del consumatore comporta:

- a) Conoscere i fattori che lo influenzano
- b) È essenziale sviluppare una strategia di marketing efficace.
- c) Conoscere le esigenze e le richieste dei potenziali clienti
- d) Tutte le risposte sono vere

Risposta corretta: d) Tutte le risposte sono vere.

Domanda 2:

I fattori che influenzano il comportamento dei consumatori sono:

- a) Psicologico, sociale e culturale
- b) Età, sesso e reddito economico
- c) Credenze, stati d'animo, percezione dei propri bisogni

Risposta corretta: a) Psicologico, sociale e culturale

Domanda 3:

Quali sono i fattori chiave che influenzano il processo di vendita dei prodotti?

- a) Lo stabilimento fisico o il sito web, la situazione economica e la strategia di marketing.
- b) L'età, la situazione economica e la forma fisica del cliente.
- c) L'atteggiamento del cliente, la popolarità sui social media e il design del sito web.
- d) Il colore del prodotto, l'atteggiamento del cliente e la situazione economica dell'azienda.
- e) Strategia di marketing, disponibilità dei prodotti e abbigliamento dei clienti.

Risposta corretta: a) Lo stabilimento fisico o il sito web, la situazione economica e la strategia di marketing.

Domanda 4:

Quali fattori possono influenzare il comportamento e le preferenze dei clienti?

- a) Disponibilità dei prodotti e ubicazione dei punti vendita
- b) Colore del prodotto e design dell'imballaggio
- c) Età del cliente e genere musicale preferito
- d) Genere, livello di reddito e livello di istruzione
- e) Layout del sito web e qualità del servizio clienti

Risposta corretta: d) Sesso, livello di reddito e livello di istruzione.

Domanda 5:

L'importanza di conoscere il comportamento dei clienti è importante perchè:

- a) Questo aiuta a stabilire un buon rapporto con lui, che attira altri potenziali clienti.
- b) Non è coinvolto nella definizione di potenziali nicchie di mercato.
- c) Non implica il miglioramento della posizione del nostro marchio rispetto ad altri.

Risposta corretta: Aiuta a stabilire un buon rapporto con lui, che attira altri potenziali clienti.

Sintesi

Le lezioni più rilevanti relative al comportamento dei clienti sono le seguenti:

- L'analisi dei fattori che la influenzano è decisiva per realizzare una strategia di marketing soddisfacente.
- Il processo interno che porta ogni cliente a scegliere alcuni marchi/prodotti o altri ha variabili psicologiche, ma anche economiche e sociali. Esistono diversi metodi per misurare queste variabili e stabilire un'analisi di mercato affidabile.
- Stabilire un legame con il cliente, conoscendo le sue preferenze o stabilendo
Il mercato dei bambini è possibile comprendendo le loro esigenze.

Riferimenti

Esempi di referenziazione APA 7a edizione:

Per gli articoli:

Cognome, A. A. (Anno). Titolo dell'opera. *Titolo della pubblicazione in corsivo, volume in corsivo* (numero), pagine. doi o link

Oliver, K. L. e Lalik, R. (2004). Un'indagine critica sul corpo nelle classi di educazione fisica delle ragazze: Una prospettiva critica post-strutturale. *Journal of Teaching in Physical Education*, 23(1), 162-195.
<https://doi.org/10.1123/jtpe.23.2.162>

Per i libri:

Cognome, A. A. (anno). *Titolo in corsivo*. Editore.

Spiegel, D. (1981). *Leggere per piacere: linee guida*. Associazione internazionale di lettura.

Per i capitoli di libri:

Cognome, A. A., & Cognome, A. A. (Anno). Titolo del capitolo. In A. Surname & A. A. Surname (Eds.), *Titolo del libro in corsivo* (pp. xx-xx). Editore.

Aron, L., Botella, M. e Lubart, T. (2019). Arti culinarie: I talenti e il loro sviluppo. In R. F. Subotnik, P. Olszewski- Kubilius, & F. C. Worrell (Eds.), *The psychology of high performance: Developing human potential into domain-specific talent* (pp. 345-359). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

Citazioni nel testo

Esempi di citazioni APA 7a edizione:

Se ci sono **1 o 2 autori**, la prima e le successive volte che vengono citati, tutti gli autori devono essere menzionati.

Se ci sono **3 o più autori**, il cognome del primo autore e "et al." dalla prima volta che vengono citati (nelle referenze **TUTTI GLI AUTORI SONO CITATI**).

PARAFASI

Mentre sono stati dimostrati miglioramenti nella capacità aerobica dopo 8-12 settimane di allenamento (Eather et al., 2016; Goins, 2014; Heinrich et al., 2014; Murawska-Cialowicz et al., 2015; Smith et al., 2013), solo Goins (2014) ha ottenuto miglioramenti significativi nella capacità anaerobica dopo 6 settimane di programma CrossFit.

CITAZIONI

Díaz e Hernández (2010) ritengono che l'apprendimento cooperativo sia "l'uso pedagogico di una piccola comunità, in cui gli studenti lavorano insieme per aumentare la propria formazione e quella degli altri membri" (p. 87).