

Módulo 3: MARKETING ELECTRÓNICO

Lección 3: Comportamiento del cliente

| Módulo 3: MARKETING ELECTRÓNICO | |
|---------------------------------|---|
| Unidad 3 | COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE |
| Tema 1 | Comportamiento del cliente. Definiciones |
| Tema 2 | Comportamiento del cliente. Factores |
| Tema 3 | Proceso de comportamiento del cliente |
| Tema 4 | ¿Cómo conocer el comportamiento del cliente? |
| Tema 5 | Pasos en el comportamiento del cliente. |
| Tema 6 | Importancia de conocer el comportamiento del consumidor |

Módulo: Resultados del aprendizaje

Módulo 3: E- Marketing Lección

3: Comportamiento del Cliente Introducción

al Módulo: En este módulo se desarrolla uno de los temas más importantes relacionados con el Comercio Electrónico en la actualidad. El Marketing Digital (E-Marketing) se ha convertido en una herramienta fundamental para la venta de productos. El Módulo atiende temas esenciales del E-Marketing, como el desarrollo de habilidades digitales y conocer qué factores influyen en el comportamiento de los clientes y, así, crear estrategias de ventas exitosas. La presentación del producto (embalaje) y los diferentes métodos de envío y pago también son muy valorados por los clientes, por lo que tienen un desarrollo específico en este módulo.

Introducción a la Lección: En la lección 3 se explican los conceptos más importantes sobre el comportamiento del consumidor. Dado que el comportamiento del consumidor es fundamental para desarrollar una estrategia de marketing exitosa, es fundamental saber cómo se define, qué factores influyen en él y cómo llevarla a cabo. un correcto análisis que mejore la venta de nuestro producto o servicio.

| Conocimiento | Habilidades | Competencias |
|---|---|--|
| <p>Manejar los diferentes conceptos relacionados con el "Comportamiento del Cliente" y los diferentes factores que influyen en el mismo.</p> <p>Desarrollar estrategias de ventas y fidelización de clientes.</p> | <p>Analizar los diferentes factores que influyen en el comportamiento de los clientes a la hora de comprar un producto o elegir una marca concreta y no otras</p> | <p>Desarrollar estrategias de ventas y fidelización de clientes.</p> |
| | | |
| | | |

Vídeo introductorio

GUION:

¡Hola todos!

En esta lección se explican los conceptos más importantes sobre el comportamiento del consumidor.

Dado que el comportamiento del consumidor es fundamental para desarrollar una estrategia de marketing exitosa, es fundamental saber cómo se define, qué factores influyen en él y cómo realizar un correcto análisis que mejore la venta de nuestro producto o servicio.

Unidad 3: COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE

Tema 1: Comportamiento del Cliente. Definición

- En este tema se define el concepto de "Comportamiento del Consumidor".
- Conocer qué es el "Comportamiento del Consumidor", sus características y qué factores influyen en él, es fundamental para desarrollar una estrategia de Marketing y E-Marketing para la promoción y venta de productos.
- Conocer las necesidades y demandas de los clientes potenciales ayuda al emprendedor para centrar sus esfuerzos en lo esencial, atraer y retener clientes que le permitan crecer a su empresa y establecerse en el mercado por encima de otras marcas comerciales.

Tema 1: Comportamiento del Cliente. Definición

- Procesos como elección de producto, compra, uso o abandono del mismo.
En el comportamiento del cliente intervienen los productos, la experiencia del cliente con el punto de venta o plataforma de compra online, la presentación/embalaje del producto, etc.
- La idea de que los productos sean hechos a mano, locales, de comercio justo o reciclados.
Los materiales atraen a muchos clientes, especialmente a jóvenes que buscan un producto único y con valor añadido.

Leer más: <https://www.questionpro.com/blog/consumer-behavior-definition/>

Tema 2: Comportamiento del Cliente. Factores

- Es importante saber que el comportamiento de los clientes o consumidores está influenciado por múltiples variables.
- Estas variables se agrupan en:
 - Factores personales (edad, cultura, generación)
 - Factores psicológicos (creencias, estados de ánimo, percepción de las propias necesidades)
 - Factores sociales (nivel educativo, nivel económico, características familiares)
- Es interesante saber cómo la influencia de las campañas de marketing está directamente relacionada con el estado de ánimo de los clientes.

Tema 2: Comportamiento del Cliente. Factores

- Psicología del Consumidor: Conozca su importancia para analizar al cliente
patrones de comportamiento

Leer más: <https://www.emotiv.com/glossary/consumer-psychology/>

y <https://www.educba.com/4-factors-influencing-consumer-behaviour/>

Tema 3: Proceso de comportamiento del cliente

- El proceso de comportamiento del cliente pasa por diferentes fases. Identificarlos es clave para convertir las necesidades de un cliente potencial en un consumidor fiel de nuestra marca.
- El proceso comienza con una FALTA. Una vez que el consumidor es consciente de esta carencia, se crea una NECESIDAD . Una vez que el cliente es consciente de esa necesidad, siente la MOTIVACIÓN, que es lo que le moverá a satisfacerla. Cada persona tiende a satisfacer sus necesidades de diferentes maneras. Aquí influye el DESEO y las creencias personales. Asimismo, la forma en que cada persona resuelve sus necesidades se convierte en un APRENDIZAJE, donde los factores familiares, sociales y culturales ejercen su propia influencia.

Tema 3: Proceso de comportamiento del consumidor

- La ACTITUD del cliente ante las opciones de venta que se le presentan es un paso fundamental en este proceso, al igual que la SITUACIÓN ECONÓMICA, que determina la elección final. Finalmente, contar con una INFRAESTRUCTURA adecuada es fundamental para vender el producto, ya sea en un establecimiento físico o en un sitio web. También ten en cuenta que un buen MARKETING La estrategia es clave y decide un buen porcentaje de la venta de los productos, especialmente en clientes indecisos.

Leer más: <https://lapaas.com/consumer-behavior/>

Tema 4: ¿Cómo conocer el comportamiento del cliente?

- Para conocer el comportamiento de un cliente potencial, es importante conocer los factores que influyen en él.
- Analizar los factores personales, sociales y culturales es esencial para comprender la toma de decisiones de un cliente con respecto a un determinado producto o marca.
- La edad es un tema a tener en cuenta, ya que con la edad no sólo se afecta el aspecto personal
La situación cambia, pero también las necesidades.
- Centrar nuestro target de ventas en un rango de edad concreto puede ser una estrategia de marketing muy útil.
- Otras cuestiones a tener en cuenta son: el género del cliente, su nivel de ingresos y nivel educacional.

Tema 4: ¿Cómo conocer el comportamiento del cliente?

- Género: Las diferencias entre las necesidades de mujeres y hombres los llevan a tener diferentes preferencias en términos de productos. No siempre es así, pero es una cuestión a tener en cuenta.
- Nivel de ingresos: Los ingresos juegan un papel fundamental a la hora de que los clientes se decidan por un tipo de producto y, sobre todo, por unas determinadas marcas. Especialmente cuando existe una amplia gama de productos de bajo coste en el mercado.
- El nivel de educación influye en los beneficios que el cliente busca en un determinado producto. Esto se ve claramente en la venta de productos electrónicos o digitales.

Leer más: <https://lapaas.com/consumer-behavior/>

Tema 5: Pasos en el comportamiento del cliente

- Conocer el comportamiento del cliente supone analizar, previamente, cuáles son sus necesidades, qué factores están influyendo en su toma de decisiones y cuál es su opinión respecto a determinados productos y marcas.
- Para analizar todo ello existen diferentes métodos de investigación que permiten incluir una amplia variedad de variables de estudio.
- La estrategia más utilizada a nivel global es el ANÁLISIS DE MERCADO, aunque se pueden utilizar muchos más, como comentarios de clientes, encuestas, sitios web de preguntas y respuestas, paneles en línea o grupos focales.

Leer más: <https://www.questionpro.com/blog/data-collection/>

Tema 6: Importancia de conocer el comportamiento del consumidor

Conocer el comportamiento del consumidor es fundamental, ya que:

- Crear una mejor relación con los clientes, lo que conduce a la fidelización de ese cliente.
- Generar más clientes.
- Ayuda a definir mejor al cliente potencial y a establecer mercado potencial nichos
- Mejora la posición de la marca respecto a otras.

Leer más: <https://www.educba.com/customer-support/>

Actividad de aprendizaje 1: Juego de roles: cómo atiende a mis clientes

| Educativo meta | Tipo de actividad | Contenido | Materiales adicionales |
|--|-------------------|---|--|
| Administración de sociales y habilidades lingüísticas Conocimiento de conceptos involucrado en el comprando vendiendo proceso | Simulación | En este juego de rol, las situaciones principales que ocurren durante una toma de compra/venta lugar. Los alumnos se pondrán en el lugar del cliente y del vendedor durante unos minutos. El El análisis de estas situaciones crea una Retroalimentación fundamental para el aprendizaje. | Lista de recursos, enlaces y vídeos que pueden resultar útiles para el grupo objetivo. |

Actividad de aprendizaje 2: creación del perfil del cliente

| Meta educativa | Tipo de actividad | Contenido | Materiales adicionales |
|--|-------------------|--|--|
| Analiza los diferentes factores que influyen el comportamiento de clientes | Individual | Crear un perfil de cliente para la venta de productos hechos a mano, analizando todos posibles variables | https://www.questionpro.es/blog/consumer-comportamiento-definición/ https://www.educaba.com/4-factores-que-influyen-en-el-comportamiento-del-consumidor/ |

Actividad de aprendizaje 3: Comportamiento del consumidor

Recursos de análisis

| Educativo meta | Tipo de actividad | Contenido | Materiales adicionales |
|--|-------------------|--|---|
| Uso de diferentes documento formatos de creación. Búsqueda y datos análisis | Individual | Cuestionario de a de creación u otro. recurso para analizar la comportamiento de los clientes Interesado en comprar productos hechos a mano | https://www.questionpro.com/blog/data-collection/ |

Evaluación

Pregunta 1:

Elegir la opción correcta:

El comportamiento del consumidor implica:

- a) Conocer los factores que influyen en ello
- b) Es fundamental desarrollar una estrategia de marketing eficaz.
- c) Conocer las necesidades y demandas de los clientes potenciales
- d) Todas las respuestas son verdaderas.

Respuesta correcta: d) Todas las respuestas son verdaderas.

Pregunta 2:

Los factores que influyen en el comportamiento del consumidor son:

- a) Psicológico, social y cultural
- b) Edad, sexo e ingresos económicos
- c) Creencias, estados de ánimo, percepción de las propias necesidades.

Respuesta correcta: a) Psicológica, social y cultural

Pregunta 3:

¿Cuáles son los factores clave que influyen en el proceso de venta de productos?

- a) El establecimiento físico o sitio web, situación económica y estrategia de marketing.
- b) La edad, situación económica y condición física del cliente.
- c) La actitud del cliente, la popularidad en las redes sociales y el diseño del sitio web.
- d) El color del producto, la actitud del cliente y la situación económica de la empresa.
- e) Estrategia de marketing, disponibilidad de productos y vestimenta del cliente.

Respuesta correcta: a) El establecimiento físico o sitio web, situación económica y estrategia de marketing.

Pregunta 4:

¿Qué factores pueden influir en el comportamiento y las preferencias de los clientes?

a) Disponibilidad del producto y ubicación de la tienda.

b) Color del producto y diseño del packaging.

c) Edad del cliente y género musical favorito.

d) Género, nivel de ingresos y nivel de educación

e) Diseño del sitio web y calidad del servicio al cliente.

Respuesta correcta: d) Género, nivel de ingresos y nivel de educación

Pregunta 5:

La importancia de conocer el comportamiento del cliente está en:

- a) Ayuda a establecer una buena relación con él, lo que atrae a otros clientes potenciales.
- b) No participa en el establecimiento de nichos de mercado potenciales.
- c) No supone la mejora de la posición de nuestra marca respecto de otras.

Respuesta correcta: Ayuda a establecer una buena relación con él, lo que atrae a otros clientes potenciales.

Resumen

Las lecciones más relevantes relacionadas con el comportamiento del cliente son las siguientes:

- El análisis de los factores que influyen en él es decisivo para realizar una evaluación satisfactoria.
estrategia de mercadeo.
- El proceso interno que lleva a cada cliente a elegir unas marcas/productos u otros tiene variables psicológicas, pero también económicas y sociales. Existen diferentes métodos para medir estas variables y establecer un análisis de mercado confiable.
- Establecer una conexión con el cliente, conocer sus preferencias o establecer
Promover a los niños en el mercado es posible si se comprenden sus necesidades.

Referencias

Ejemplos de referencias de la séptima edición de APA:

Para artículos:

Apellido, AA (Año). Título de la obra. Título de la publicación en cursiva, volumen en cursiva(número), páginas. doi o enlace

Oliver, KL y Lalik, R. (2004). Investigación crítica sobre el cuerpo en las clases de educación física de niñas: una perspectiva postestructural crítica. *Revista de Enseñanza de Educación Física*, 23(1), 162-195. <https://doi.org/10.1123/jtpe.23.2.162>

Para libros:

Apellido, AA (Año). Título en cursiva. Editor.

Spiegel, D. (1981). *Leer por placer: Pautas*. Asociación Internacional de Lectura.

Para capítulos de libros:

Apellido, AA, & Apellido, AA (Año). Título del capítulo. En A. Surname & AA Surname (Eds.), *Título del libro en cursiva* (págs. xx-xx). Editor.

Aron, L., Botella, M. y Lubart, T. (2019). Artes culinarias: El talento y su desarrollo. En RF Subotnik, P. Olszewski-Kubilius y FC Worrell (Eds.), *La psicología del alto rendimiento: desarrollar el potencial humano en talento de un dominio específico* (págs. 345–359). Asociación Americana de Psicología. <https://doi.org/10.1037/0000120-016>

Citas en el texto

Ejemplos de citas de la séptima edición de la APA:

Si hay 1 o 2 autores, la primera y sucesivas veces que se cite se deberá mencionar a todos los autores.

Si hay 3 o más autores, el apellido del primer autor y “et al.” desde la primera vez que se citan (en referencias SE CITA TODOS LOS AUTORES).

PARAFRASEANDO

Si bien se han demostrado mejoras en la capacidad aeróbica después de 8 a 12 semanas de entrenamiento (Eather et al., 2016; Goins, 2014; Heinrich et al., 2014; Murawska-Cialowicz et al., 2015; Smith et al., 2013), solo Goins (2014) obtuvo resultados significativos. Mejoras en la capacidad anaeróbica después de 6 semanas del programa CrossFit.

COTIZACIONES

Díaz y Hernández (2010), consideran que el aprendizaje cooperativo es “el uso pedagógico de una pequeña comunidad, en la que los estudiantes trabajan juntos para incrementar su formación y la de los demás miembros” (p. 87).