

•
-1

يشعر المستهلك بحاجته () يشبع احتياجاته، تحرك هذه
بداخله، ويسعى التسويق هنا إثارة هذه الاحتياجات
الاحتياجات . يحدد المستهلك حاجته يبدأ تحديد متطلبات
يسدده تحديد يحتاج إليها لتحديد
تحديد (ويسعى التسويق هنا توفير
المستهلك ...

-2 تحديد :

يتوقف المحيطة ه
إمكانياته ه
طبيعة ه
يشعر ه
العادية ه يتحرك
مياه غازية،
حيث ه
يسارع بشرائه ه
ه
سيارة ه
ه
البيئة ه
التفكير ه
يعجبه قميص
(
يكون ه
المزيد ه
يشعر ه
كافية ه
.

ه قيمة ه
تحديد البديل ه
هميتها ه
مصدرين ه
المستهلك ه

✓ التجارية تقدمها
✓ الاجتماعية يحصل عليها المستهلك
(المرجعية)
برامجها الترويجية
أصدقائه أو أقاربه المحيطين به

3- تقييم :

هناك	الزمنية	يستغرقها المستهلك	بين
------	---------	-------------------	-----

أمامه حاجته:

✓	له نوعية	يبحث عنها	
✓	شخصية المستهلك وخبرته	له	
✓	الأهم	التضحية	يتحملها المستهلك
	المغريات البيعية (توضيح ..	تقديم خصومات، ..)	يجعل المستهلك يتحرك ويتخذ

4- اتخاذ قرار الشراء والقيام بالشراء :

هنا يتحرك المستهلك تحت تأثير الحاجه التي تتطلب اشباعها ويبدأ في اتخاذ قرارات فرعيه (شكل ، اللون ، كمية الشراء ، طريه ..) ويسعى التسويق هنا (ممثل في رجال البيع او المتعاملين مع المستهلك) الى طمأنة المستهلك والتأكيد على انه اتخذ القرار الصحيح ..

5- :

قيام المستهلك	يبدأ التقييم (يستخدمه)	هـ وطبيعة	هـ
وتحديد له	احتياجاته (سيارة،)	هـ	هـ
له لشراء غير	يتدخل المحيطون هـ	هـ	هـ
لتأثير	فيما بينهم . بالتأكيد	هـ	هـ
ومتابعتهم بتقديم هـ وتوضيح	والتوجيه هـ	هـ	هـ
	هـ	هـ	هـ

• :
-1 :
هم الذين يبادرون بالحدِيث
معين
نليه كبيرة)
معين ومزاياه ومنافعه)
يتحدث
مزايا
معيّنة لسيارة
مزايا

-2 : التأثير
هم الذين يسعون
يقنع
البيع
المستهلك
الأزياء
معيّن)
القرار الشرائي والقيام بعملية الشراء)
فستان معين،
سيارة معيّنة،
يقنع المستهلك بشراء

-3 :
هم الذين يمتلكون
سيارة
جديد)
سيارة

-4 : الفعليون:
هم الذين يقومون
ويسعى
هذه
معين)
عملية الشراء وهم المسؤولين
البيع التأثير
بتقديم هدايا لأنهم
يقوموا بتحديد
تنفيذ قرارات شرائيه
اتخاذها
يتجه

-5 :
هو المستهلك النهائي
بهم
والمستفيد الرئيسي بمنافعه) الأطفال هم المستفيد الرئيسي
هي المستفيد الرئيسي
أجهزة
تجهيز)
..)