



**Académie Canadienne de
Management et de Technologie**

Cours, certificats et diplômes en ligne



Introduction au Management

Leadership et Gestion

Comptabilité et Finances

Ressources humaines

Éthique des affaires

Chaine d'approvisionnement

Démarrage d'une entreprise

Bases du marketing

Marketing relationnel

Marketing international

Segmentation du marché

Cours gratuit Comportement du consommateur en ligne (2020)

**Où puis-je télécharger un cours marketing sur le Comportement du
consommateur en PDF et gratuitement?**



Comportement du

consommateur

Marque branding

Commerce international

Droit international

Gestion de la diversité culturelle

Gestion de projet

Gestion de risques

Gestion de la qualité

Contrôle des coûts d'un projet

Gestion stratégique

Gestion des opérations

Gestion de changement

Gestion de produit

Développement du produit

Stratégies de prix

Bases de la comptabilité

Introduction

Ce cours, qui s'inspire de la psychologie, de la sociologie et de l'anthropologie, examine comment et pourquoi les consommateurs achètent. Vous découvrirez les facteurs culturels, sociaux et comportementaux qui influencent la prise de décision des consommateurs et donnerez aux professionnels du marketing des conseils sur la façon d'atteindre plus efficacement leurs cibles.

Je veux le cours complet et le certificat:
"Comportement du consommateur"

Qu'est-ce qu'un cours gratuit d'Introduction en comportement du consommateur en ligne?

Performance financière

États des résultats

Le bilan comptable



Ce [cours gratuit en comportement du consommateur](#) est un excellent moyen de vous aider à:

- Identifier les influences des consommateurs qui conduisent à la consommation de produits ;
- Utiliser les éléments de perception pour élaborer et mettre en œuvre des stratégies de promotion ;
- Utiliser les théories de l'apprentissage et de la motivation pour influencer le comportement des consommateurs ;
- Reconnaître comment la culture, les groupes de référence, le concept de soi, la personnalité, la source de revenu et la famille influencent tous le processus décisionnel des consommateurs ;
- Exécuter une stratégie de promotion appropriée aux étapes pertinentes du processus décisionnel des consommateurs

Définition

Le comportement des consommateurs englobe toutes les actions liées à la sélection, à l'achat, à l'utilisation et à l'élimination des biens et services. Chaque fois que vous regardez une publicité à la télévision, achetez une nouvelle paire de chaussures, lisez un livre ou recyclez des canettes de boissons gazeuses, vous adoptez un comportement de consommateur.

Dans le marché actuel, il existe une diversité de cultures, de consommateurs, de spécialistes du marketing et de médias (publicitaires). Le comportement du consommateur couvre un vaste domaine en se concentrant sur la compréhension de comment et pourquoi les clients prennent des décisions d'achat. Voyons tout cela dans ce cours.

Qu'est-ce qui motive un consommateur?

Le processus décisionnel du consommateur

Le processus de décision du consommateur est influencé par des facteurs psychologiques, socioculturels et conjoncturels, ainsi que par les mix marketing de l'entreprise et de ses concurrents.

Votre mix marketing et celui de vos concurrents influencent le comportement d'achat. Les influences de votre mix peuvent être fortes ou faibles, positives ou négatives, en fonction de votre compréhension du consommateur et de l'efficacité avec laquelle vous pouvez concevoir un mix marketing basé sur cette connaissance. Il est à noter que non seulement le mix marketing influence le processus de décision du consommateur, mais que le processus influence également le mix marketing. D'une part, le consommateur vous influence parce que vous concevez un mix basé sur votre recherche marketing et votre compréhension du comportement du consommateur. D'autre part, vous espérez que vos efforts de marketing auront une influence positive sur le comportement du consommateur.

Vous ne pouvez tout simplement pas concevoir une stratégie marketing efficace sans savoir ce que vos clients pensent et comment ils vont se comporter.

Motivation du consommateur

Qu'est-ce qui motive un consommateur? Commençons par comprendre les motifs.

Quels sont les motifs?

Le concept de la motivation du consommateur est basé sur les besoins humains (qui sont les besoins du consommateur). Les entreprises survivent ou font des profits dans un environnement concurrentiel en sachant identifier et satisfaire les besoins des clients mieux que leurs concurrents.

Motivation

Les clients ont des choses qui les poussent à acheter certains produits. Ce sont des motifs humains fondamentaux qui peuvent être exprimés de différentes manières. La motivation peut être décrite comme le moteur des individus qui les poussent à agir. La force motrice est produite par un état de tension. La tension existe en raison de besoins non satisfaits. Les êtres humains, en tant qu'individus, s'efforcent (consciemment et inconsciemment) de réduire cette tension par un comportement qu'ils anticipent pour combler leurs besoins et ainsi les soulager du stress qu'ils ressentent. Ainsi, le processus de réduction de la tension se fait en remplissant des objectifs ou des besoins individuels.

C'est quoi d'abord la définition des besoins :

Le ou les besoins est un écart ressenti entre votre état actuel et votre état désiré, par exemple, vous possédez peut-être une Maruti 800 et vous désirez une voiture Esteem. Cela établit un besoin.

Influences psychologiques (Les forces internes)

Les actions de chaque personne sont influencées par diverses forces internes, notamment ses besoins, ses motivations, ses perceptions, son expérience d'apprentissage, ses attitudes et ses caractéristiques personnelles. Ces influences psychologiques affectent tous les comportements, y compris ceux des consommateurs.

Chaque être humain en tant qu'individu a des besoins. Les individus s'efforcent toujours de satisfaire leurs besoins et leurs objectifs.

Certains de ces besoins sont physiologiques alors que d'autres sont des besoins acquis.

1. **Besoins physiologiques** : Ces besoins comprennent le logement, les vêtements, la nourriture, l'eau et le sexe. Ceux-ci sont considérés comme des besoins primaires car ils sont nécessaires

pour maintenir la vie biologique (les besoins biogéniques).

2. **Besoins acquis:** Ce sont des besoins que nous acquérons ou apprenons en réponse à notre culture ou l'environnement environnant. Ces besoins comprennent les besoins d'estime de soi, de prestige, d'affection, de pouvoir et d'apprentissage. Ce sont des besoins secondaires. C'est parce que les besoins acquis sont psychologiques (besoins psychogènes). Ils résultent de l'état psychologique subjectif d'un individu ou de sa relation avec les autres.

Autres thèmes à apprendre dans notre cours complet :

- Identifier les influences des consommateurs qui conduisent à la consommation de produits ;
- Utiliser les éléments de perception pour élaborer et mettre en œuvre des stratégies de promotion ;
- Exécuter une stratégie de promotion appropriée aux étapes pertinentes du processus décisionnel des consommateurs.

Besoins

[Retour au début du cours : Comportement du consommateur](#)

C'est quoi d'abord la définition des besoins :

Le ou les besoins est un écart ressenti entre votre état actuel et votre état désiré, par exemple, vous possédez peut-être une Maruti 800 et vous désirez une voiture Esteem. Cela établit un besoin.

Influences psychologiques (Les forces internes)

Les actions de chaque personne sont influencées par diverses forces internes, notamment ses besoins, ses motivations, ses perceptions, son expérience d'apprentissage, ses attitudes et ses caractéristiques personnelles. Ces influences psychologiques affectent tous les comportements, y compris ceux des consommateurs.



Chaque être humain en tant qu'individu a des besoins. Les individus s'efforcent toujours de satisfaire leurs besoins et leurs objectifs.

Certains de ces besoins sont physiologiques alors que d'autres sont des besoins acquis.

1. **Besoins physiologiques** : Ces besoins comprennent le logement, les vêtements, la nourriture, l'eau et le sexe. Ceux-ci sont considérés comme des besoins primaires car ils sont nécessaires pour maintenir la vie biologique (les besoins biogéniques).

Progression du cours

 5.88%

Leçons

Motivation du consommateur

- Introduction
- Qu'est-ce qui motive un consommateur?
- Besoins**

Objectifs

- Définition des objectifs

Motifs

- Rationnels et émotifs

Pyramide des besoins

- Présentation de la pyramide
- Implications de la théorie de Maslow
- Personnalité
- Facteurs liés à la personnalité
- Personnalité de la marque
- Perception du consommateur

Risque perçu

Vous cherchez une formation complète à distance avec certification?



Vous êtes à la bonne place, car à la fin de ce cours suivi à distance via notre plateforme elearning (formation à distance) de notre [Académie Canadienne de Management et de Technologie](#), vous obtenez gratuitement et automatiquement une certification de réussite après avoir passé un test qui englobe une dizaine de questions sur le cours Comportement du consommateur en marketing. Le certificat est obtenu en suivant la formation à distance sur internet. Plusieurs cours y sont disponibles pour quasiment gratuit.

Conclusion

Nous vous avons présenté une introduction au cours de "Comportement du consommateur" pour suivre une formation complète, veuillez cliquer sur le lien de l'image **ci-dessous**:

Je veux le cours complet et le certificat:
"Comportement du consommateur"

Cette introduction en Comportement du consommateur à télécharger gratuitement en format PDF?



Compétences que vous apprendrez:

- Identifier les influences des consommateurs qui conduisent à la consommation de produits ;
- Utiliser les éléments de perception pour élaborer et mettre en œuvre des stratégies de promotion ;
- Exécuter une stratégie de promotion appropriée aux étapes pertinentes du processus décisionnel des consommateurs.

Si vous cherchez à télécharger gratuitement les techniques de base en Comportement du consommateur en fichier format PDF, je vous invite à cliquer sur le lien de téléchargement ci-dessus. **Que pensez-vous de ce cours gratuit en ligne sur l'introduction en Comportement du consommateur?**