

# **IL PROCESSO DECISIONALE DI ACQUISTO**



# *1. Identificazione del bisogno insoddisfatto*

La decisione di acquisto può nascere da un bisogno biologico come la sete, ma può emergere improvvisamente in base ad uno stimolo esterno o anche è dovuto all'insoddisfazione nell'uso di un certo prodotto.

## *2. Identificazione delle alternative*

- Una volta identificato il bisogno, si esaminano le possibili alternative, considerando le risorse limitate a disposizione (tempo, denaro).

- Scelta della tipologia del prodotto e della marca in base a:
  - ✓ costi
  - ✓ tempo
  - ✓ informazioni a disposizione

### *3. Valutazione delle alternative*

Dipende da:

- ✓ esperienze passate;
- ✓ opinioni personali su marche specifiche;
- ✓ opinioni di familiari/persone rilevanti per il soggetto.

# 4. *La decisione di acquisto*



## *4. La decisione di acquisto*

Alcuni dei motivi che portano il consumatore a scegliere un certo negozio sono:

- ✓ l'ubicazione
- ✓ La rapidità del servizio
- ✓ La disposizione della merce
- ✓ Il prezzo
- ✓ L'assortimento dei prodotti
- ✓ La tipologia del negozio
- ✓ L'abilità del personale

# 5. *Comportamento dopo l'acquisto*

- ✓ E' importante analizzarlo ai fini del marketing per capire cosa porta alla ripetizione dell'acquisto e cosa il consumatore comunica agli altri potenziali acquirenti.
- ✓ **Dissonanza cognitiva**: il consumatore vede aspetti negativi nel prodotto acquistato e positivi nelle alternative scartate. Emerge soprattutto quando:
  - l'acquisto è costoso e importante
  - le alternative scartate risultano attraenti.