



消费者心理学





任务2.3

分析消费者群体心理

知识 目标

01了解消费群体的概念与分类、消费群体对消费行为的影响

02掌握社会文化和社会群体对消费者心理的影响。

能力 目标

01 培养观察分析社会文化和社会群体

对消费者消费心理影响的能力

02 培养运用不同消费者群体心理开展

营销活动的的能力

素质 目标

01 实地调研能力

02 数据分析能力

03 具备互联网思维



情景描述



随着我国计划生育二胎政策的落实，越来越多的家庭进入四口之家。很多城市的运营门店的数量在迅速扩大，据估计2017年全国已达到15-20万家，销售额在2万亿到5万亿之间。试选择一家孕婴店，进行实地调研，并进行分析，写出调研报告。

任务



调研报告的内容：

1. 孕婴店的目标客户群是哪些？有哪些消费特征？
2. 孕婴店提供了哪些产品和服务？
3. 采取了哪些广告宣传手段？
4. 采取了哪些现场促销手段？
5. 存在哪些不足？你有哪些建议？



资讯

01



社会文化对消费心理影响与引导

02



社会群体对消费心理影响与引导

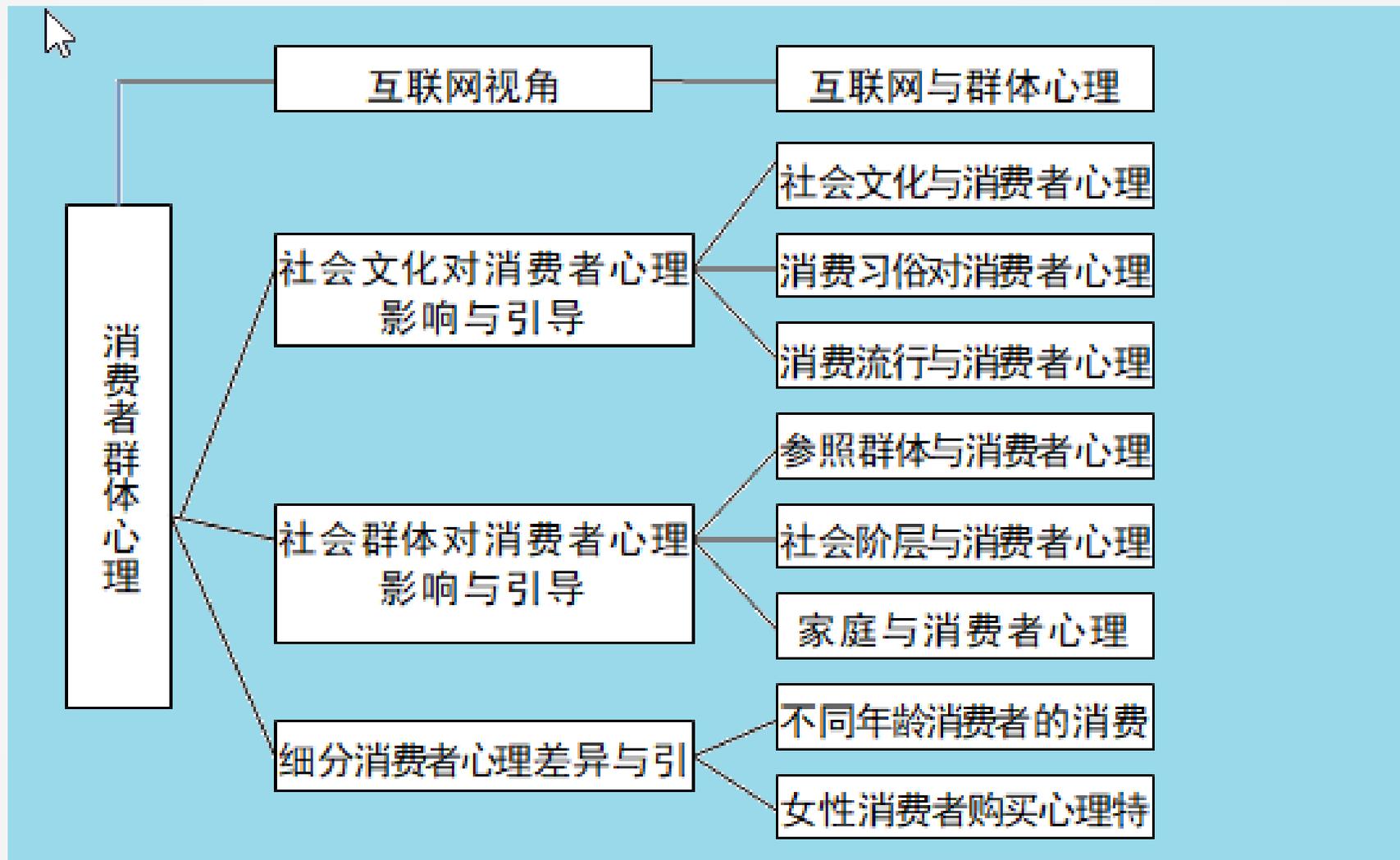
03



细分消费群体的消费心理与营销策略



消费者群体心理





课堂互动-两难选择

B先生是一位45岁的会计师，最近医生发现他患了一种严重的心脏病。这种疾病迫使B先生改变很多重要的生活习惯-----减少生活压力、彻底改变饮食、放弃最喜欢的休闲嗜好。医生建议他尝试外科手术，如果手术成功，就可能完全治愈心脏病，但手术可能失败。假定你为B先生提供建议。成功的概率只有如下几种：请选择你所能接受的最低的手术成功率。



课堂互动-两难选择

- 1、无论手术成功的概率是多大，B先生都不应接受手术。
- 2、手术成功的概率是90%。
- 3、手术成功的概率是70%。
- 4、手术成功的概率是50%。
- 5、手术成功的概率是30%。
- 6、手术成功的概率是10%。

请默默地将你的选择写在空白的纸条上，交给任课老师。

接下来，六个同学组成一个专家组，对B先生的选择作出讨论，要求你们最后都达成一致意见。



课堂互动-两难选择

实验结果参考：结果你会发现一种很奇怪的现象，如果你和其他组员都是倾向于保守的（例如只有手术成功率达到70%才同意手术）你们讨论之后作出的决策将更加保守（例如只有手术成功率达到90%才同意手术）。反之，如果你和其他组员都是倾向于冒险的（例如只要手术成功率达到30%就同意动手术）你们讨论之后作出的决策将更加冒险（例如只要手术成功率达到10%就同意手术）。

请思考：请用所学知识分析以上现象出现的原因。



一、消费者群体概述

1.1 消费群体-群体含义



指两个或两个以上社会成员在长期接触和交往过程中，在相互作用与相互依存的基础上形成的集合体。

- 群体成员需要以一定的纽带联系起来，如血缘、职业。
- 群体成员之间有共同的目标和持续的相互交往有共同的群体意识和规范。



一、消费者群体概述

1.1 消费群体-含义



消费者群体是由具有某种共同特征的若干消费者组成的集合体。



一、消费者群体概述

1.2 消费群体-分类

1. 根据自然地理因素分类

2. 根据人口统计因素划分类

指人们的性别、年龄、职业、民族、经济收入和受教育程度等。

3. 根据消费者心理因素划分类

4. 根据消费者对商品的现实反应分类

指商品的购买动机、品牌偏好、使用程度、使用量和对商品要素的敏感性。



一、消费者群体概述

1.3 消费群体对消费心理的影响

01

消费者群体为消费者提供可供选择的**消费行为或生活方式模式**。

02

消费者群体引起消费者的**仿效**欲望，影响他们对商品购买与消费的**态度**。

03

消费者群体促使行为趋于某种**“一致化”**



一、消费者群体概述

1.3 消费群体对消费心理的影响

- 经典的阿什齐实验
- 将**8**名被试带进房间，让他们看黑板上画的四条线——其中三条是紧挨在一起，另外一条离它们有一段距离。然后询问他们，三条放在一起的不等长线条中，哪一条和第四条一样长。其中**7**个人是实验者安排故意说错误答案。一无所知的被试安排在最后宣布答案。



一、消费者群体概述

1.3 消费群体对消费心理的影响

安排**37**名真正的被试，每人作**18**次实验即报告**18**次。没有其他人提供其他信息。结果只有**2**人总共犯了**3**次错误。

在另外一个实验中，**50**名真被试分别安排在其他成员均是假被试的实验组里，总共有**37**人共犯**194**次错误。每次错误和群体所犯错误相同。

我们如何将此运用到推销中？





一、消费者群体概述

1.3 消费群体对消费心理的影响

- 推销中的阿什齐模式
- 把一些小企业的老板带到一个地方参加销售展示。当每种设计被展现时，作演示的推销员迅速浏览群体中每个人的表情，以便发现最赞赏该设计的那个人（如他不断点头）。然后，询问点头者的意见。推销员请他详尽地发表评论意见，同时观察其他人的神情，以发现更多的支持者，并询问下一个最为赞同者的意见。





一、消费者群体概述

1.3 消费群体对消费心理的影响

- 一直问下去，直到那位起先最不赞成的人被问到。这样，鉴于第一个人的榜样作用，以及群体对最后一个人产生的压力，推销员使群体中的全部或大部分人公开对该设计做出了正面的评价。



二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.1 社会文化因素与消费者心理



海底捞在美国扩张为何
“水土不服”



海底捞在美国失利的主要原因是什么？企业应该在哪些方面进行改造？



二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.1 社会文化因素与消费者心理



头脑风暴：社会文化对消费群体的影响有哪些？



二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.1 社会文化因素与消费者心理

“新三年，旧三年，缝缝补补又三年”

“绿色，低碳，环保”

为何校园贷的出现火爆和杜而不绝？



二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.1 社会文化因素对消费群体和消费者心理影响

- 社会的主导**意识形态**与人的**价值观**的影响。
- 社会**精神文明水平**及**道德修养标准与程度**的影响。
- **审美**观念与**文化底蕴**的影响。
- 人们的**生活水准与生活方式**的影响。
- 社会**主流消费观念**、消费习惯、风俗与消费流行的影响。
- **政治信念**与**宗教信仰**的影响。



二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.2 消费习俗对消费群体心理的影响-含义

消费习俗是指一个地区或民族约定俗成的消费习惯，主要包括人们对信仰、节日、婚丧、饮食、服饰等物质与精神产品的消费习惯。



二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.2 消费习俗对消费群体心理的影响-分类

课堂讨论：

请说出你了解的消费习俗有哪些？每一位同学至少说出一项



二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.2 消费习俗对消费群体心理的影响-分类

课堂讨论：（结论）

- 物质生活习俗。主要包括饮食习俗、服饰习俗、日用习俗和住宿习俗等。
- 社会活动习俗。

二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.2 消费习俗对消费群体心理的影响

- 形成了习惯性购买。
- 消费习俗强化了消费者的偏好与从众心理。
- 消费习俗影响消费者心理的变化速度。

二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.3 消费流行对消费群体心理的影响-方式

- 滴流。即由上至下形成和发展的消费流行。
- 横流。即社会各阶层之间相互诱发横向流行的方式。
- 逆流。即由下至上形成和发展的消费流行。



二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.3 消费流行对消费群体心理的影响

课堂讨论： 举例说今年哪些流行因素影响你的消费？

二、社会文化因素对消费群体心理的影响

2.3 消费流行对消费群体心理的影响

- 消费流行引起消费者认知态度的变化。
- 消费流行引起消费者心理驱动力的变化。
- 消费流行引起消费者心理的反向变化。
- 消费流行引起消费者消费习惯与偏好的变化。



三、社会群体对消费者心理的影响

3.1 社会参照群体对消费者心理影响-类型

➤ 课堂讨论:

中华人民共和国国家勋章和国家荣誉称号颁授仪式9月29日上午10时在人民大会堂隆重举行。29日上午，国家勋章和国家荣誉称号获得者乘坐礼宾车从住地出发，在国宾护卫队的护卫下，前往人民大会堂。

请你列出获得国家勋章和国家荣誉获得者的名单？

如何理解此次颁授仪式？



一天早上，你看到了你的同学手里拿着一款新型的“彩屏手机”，刚好正是你喜欢的那种，你会即时产生许多不同的念头，以下的几种想法，你是那种呢？

- A 为她感到高兴，她的表情使你感到高兴
- B 很想下午就去购买这款手机
- C 因为她在炫耀，而产生一种厌恶的感觉
- D 决心不买这款手机，因为你不想与她相同
- E 有点自卑，因为自己还没有能力购买



三、社会群体对消费者心理的影响

3.1 社会参照群体对消费者心理影响-类型

准则群体	指该群体的消费或购买准则与行为被消费者所普遍认可，消费者是以他们为标准进行消费与购买的。
比较群体	指消费者在消费或购买过程中，常与这一群体进行对照、比较，以修正或确定自己的购买决策
否定群体	指消费者不赞成，甚至厌恶这类群体的消费与购买观念及行为，从反面对比来影响自身心理与行为



三、社会群体对消费者心理的影响

3.1 社会参照群体对消费者心理影响-方式

(1)信息传播。

(2)规范影响。

(3)价值认同



三、社会群体对消费者心理的影响

3.1 社会参照群体对消费者心理影响-行为反应

(1) 模仿

(2) 从众

(3) 认同

(4) 攀比

(5) 逆反



三、社会群体对消费者心理的影响

3.2 社会阶层对消费者心理影响

(1) 认同心理

(2) 自保心理

(3) 攀比心理



三、社会群体对消费者心理的影响

3.2 社会阶层对消费者心理影响-各阶层行为差异

- (1) 对信息和利用和依赖程度不同
- (2) 多购物场所选择存在差异
- (3) 购买指向上存在差异
- (4) 对消费者创新态度存在差异



三、社会群体对消费者心理的影响

3.2 社会阶层对消费者心理影响-营销策略

根据社会阶层的消费心理差异，企业在选择目标市场时，应当充分利用社会阶层这一细分要素，分析、研究各个职业、社会阶层的购买行为及其差异，以便合理确定自身产品和服务的定位。



三、社会群体对消费者心理的影响

3.3 家庭消费的消费心理

课堂讨论：

研究家庭消费应该从那几个方面分析？



三、社会群体对消费者心理的影响

3.3 家庭消费的消费心理

(一) 家庭结构

2016年1月1日，我国正式实施全面二胎政策，30多年的独生子女政策所带来的传统三口之家，将逐步被四口之家所取代——数量结构

一般情况下，家庭人口越多，年龄分布越广——年龄结构

因为有孩子的家庭因为孩子的受教育水平不断变化，和人们越来越注重工作以后文化水平的提高，致使家庭文化结构不太稳定。



三、社会群体对消费者心理的影响

3.3 家庭消费的消费心理-家庭结构类型

(一) 家庭结构-类型

- 单身者或个人家庭；
- 尚无子女的年轻夫妇或与子女分居的老年夫妻家庭；
- 有子女的单亲家庭或不完整家庭；
- 有子女的双亲家庭或完整家庭；
- 复代家庭或延续式家庭。

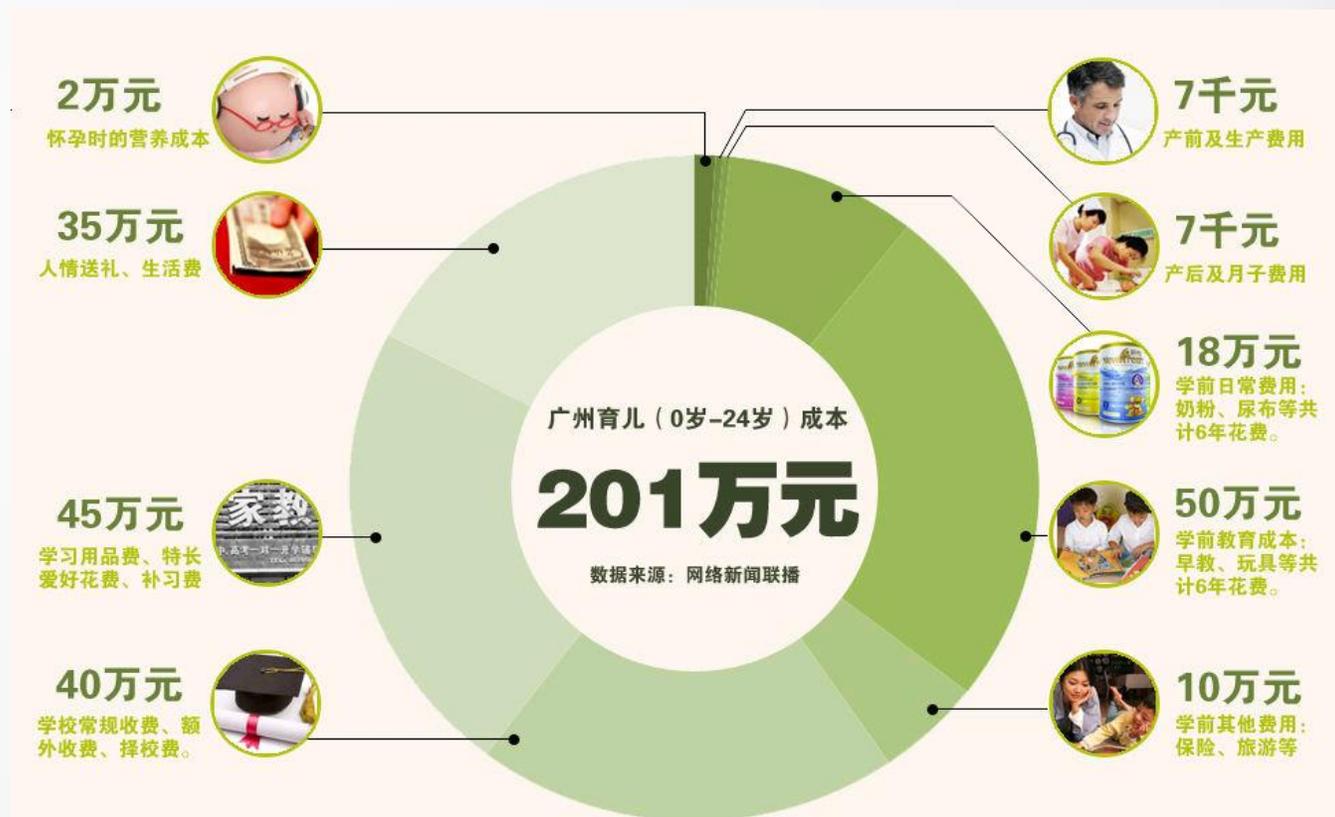


三、社会群体对消费者心理的影响

3.3 家庭消费的消费心理-家庭结构类型

(一) 家庭结构-对消费结构的影响

头脑风暴：二胎政策的放开，
给哪些行业带来了机会？





三、社会群体对消费者心理的影响

3.3 家庭消费的消费心理-家庭结构类型

(一) 家庭结构-对消费结构的影响

- (1) 家庭小型化的结果，使消费品趋于高档化、多样化，需求量增大。
- (2) 随着家庭规模趋小，家庭生活用品也趋向小型化。
- (3) 家庭购买耐用消费品的数量、种类会增多。
- (4) 食物支出结构同时也会变化。
- (5) 家庭用于医疗、文化娱乐等方面的支出比重增大。



三、社会群体对消费者心理的影响

3.3 家庭消费的消费心理-家庭结构类型

(二) 家庭消费决策

家庭消费决策是指家庭在发挥其消费职能的范围内，从实际出发，确立所要达到的消费目标，选择正确的途径和方法，使预定的目标能够最大限度的实现。

家庭成员扮演的五种主要角色：①提议者。②影响者；③决策者；④购买者；⑤使用者。



三、社会群体对消费者心理的影响

3.3 家庭消费的消费心理-家庭结构类型

(二) 家庭消费决策-类型

- 各自做主型：即每个家庭成员都有权相对独立地作出有关自己的决策。
- 丈夫支配型：即家庭购买决策权掌握在丈夫手中。
- 妻子支配型：即家庭最终决策权掌握在妻子手中。
- 调和型：即大部分决策由家庭各成员共同协商作出。



三、社会群体对消费者心理的影响

3.3 家庭消费的消费心理-家庭结构类型

(三) 家庭生命周期

1. 家庭生命周期的划分

- ①单身期：即已长大成人，但尚未结婚者；
- ②新婚期：即指筹备新婚用品至结婚，建立起独立的家庭；
- ③生育期：即生育第一个孩子至最后一个孩子；
- ④满巢期：即子女长大尚未成年时期；
- ⑤离巢期：即孩子成年后相继离开家庭，自主独立消费，直到原来的家庭中只剩父母二人；
- ⑥鳏寡期：即夫妇两人的一方丧偶期。



三、社会群体对消费者心理的影响

3.3 家庭消费的消费心理-家庭结构类型

(三) 家庭生命周期

1. 家庭生命周期的划分

请列出家庭生命周期不同阶段的消费特点和消费倾向

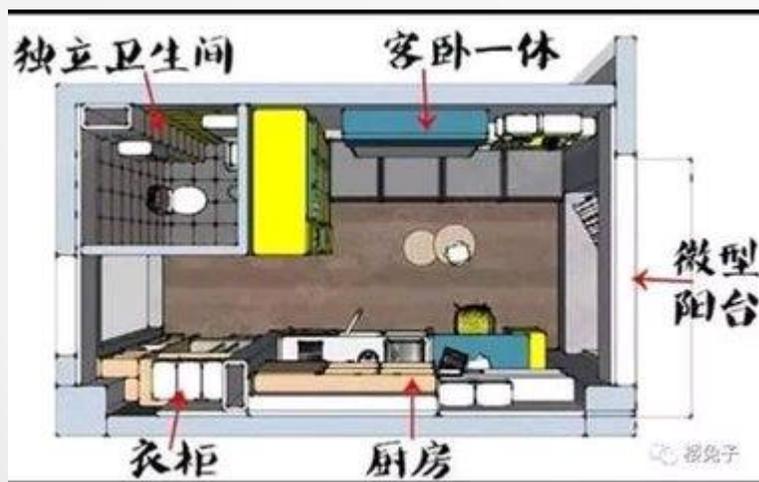


三、社会群体对消费者心理的影响

3.3 家庭消费的消费心理-家庭结构类型

(四) 家庭经济收入

1. 生存消费型家庭
2. 生活享受型家庭
3. 生活发展型家庭





四、细分群体对消费者心理的影响

4.1 不同年龄阶段的消费群体的消费心理

按照年龄指标，消费者可以分为婴幼儿消费者群体（0-3岁）、少年儿童消费者群体（4-18岁）、青年消费者群体（19-35岁）、中年消费者群体（36-55岁）、老年消费者群体（56岁以上）等五类。





四、细分群体对消费者心理的影响

4.1 不同年龄阶段的消费群体的消费心理 -案例视频



爱奇艺&小茗同学《我去上学啦》

查阅资料，小茗同学的产品销售状况如何？其主要抓住了95后的哪些消费心理？



四、细分群体对消费者心理的影响

4.1 不同年龄阶段的消费群体的消费心理 - 中年群体的营销心理策略

- (1) 注重培育中年消费者成为忠诚顾客。
- (2) 在商品的设计上要突出实用性、便利性，提供良好的现场服务。
- (3) 重视售后服务。
- (4) 促销广告活动要理性化。





四、细分群体对消费者心理的影响

4.1 不同年龄阶段的消费群体的消费心理

-老年群体的消费心理特征

- (1) 消费习惯稳定，消费行为理智。
- (2) 商品追求实用性。
- (3) 消费追求便利，要求得到良好的服务。
- (4) 消费需求结构发生变化。
- (5) 较强的补偿性消费心理。



四、细分群体对消费者心理的影响

4.1 不同年龄阶段的消费群体的消费心理

- (1) 开发适合老年需求的各类商品。
- (2) 重视全方位的良好服务。
- (3) 开展对老年人及其子女的双重促销。





四、细分群体对消费者心理的影响

4.2 不同性别消费者群体的消费心理

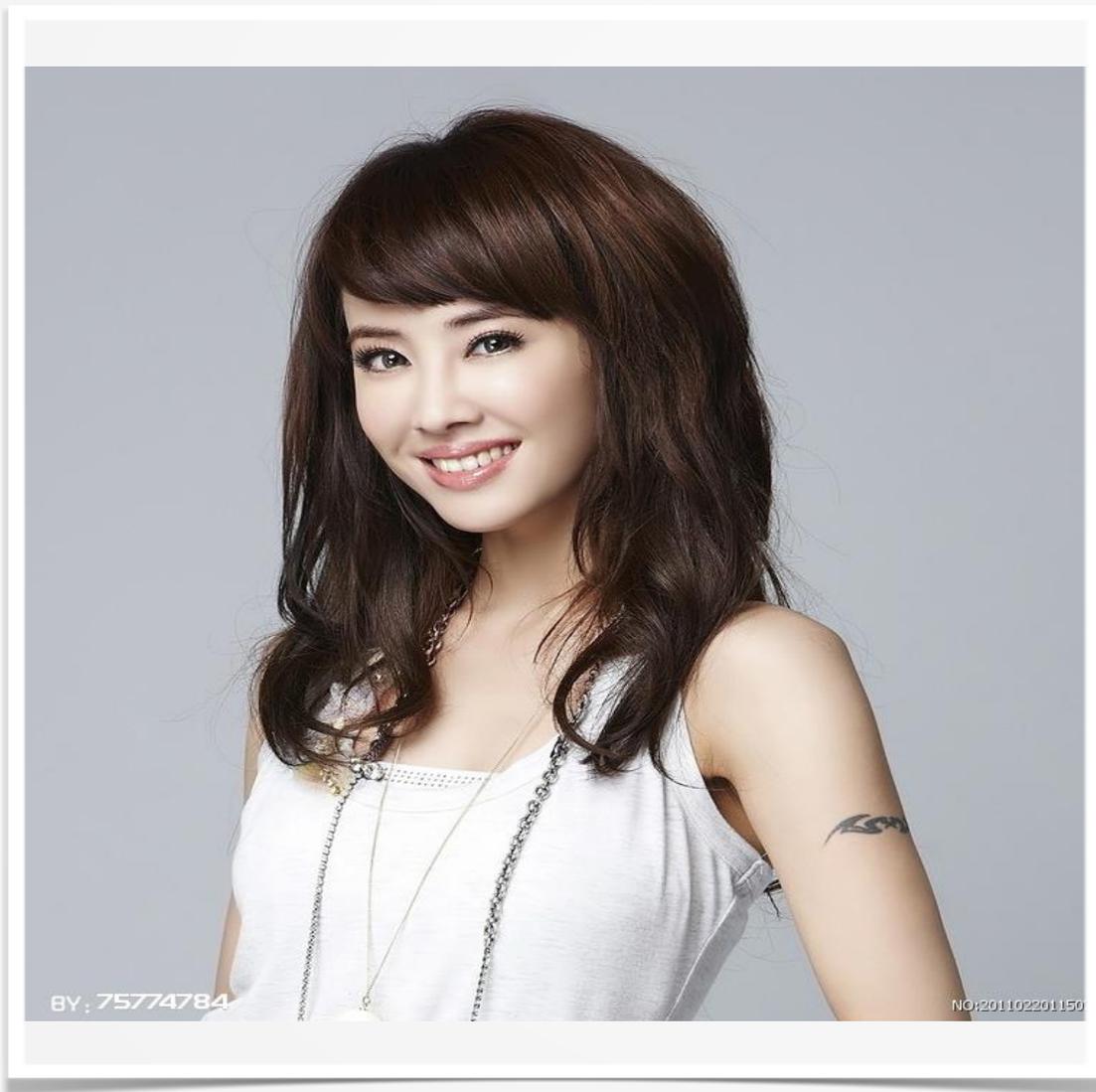


小测试：看图五秒钟...



四、细分群体对消费者心理的影响

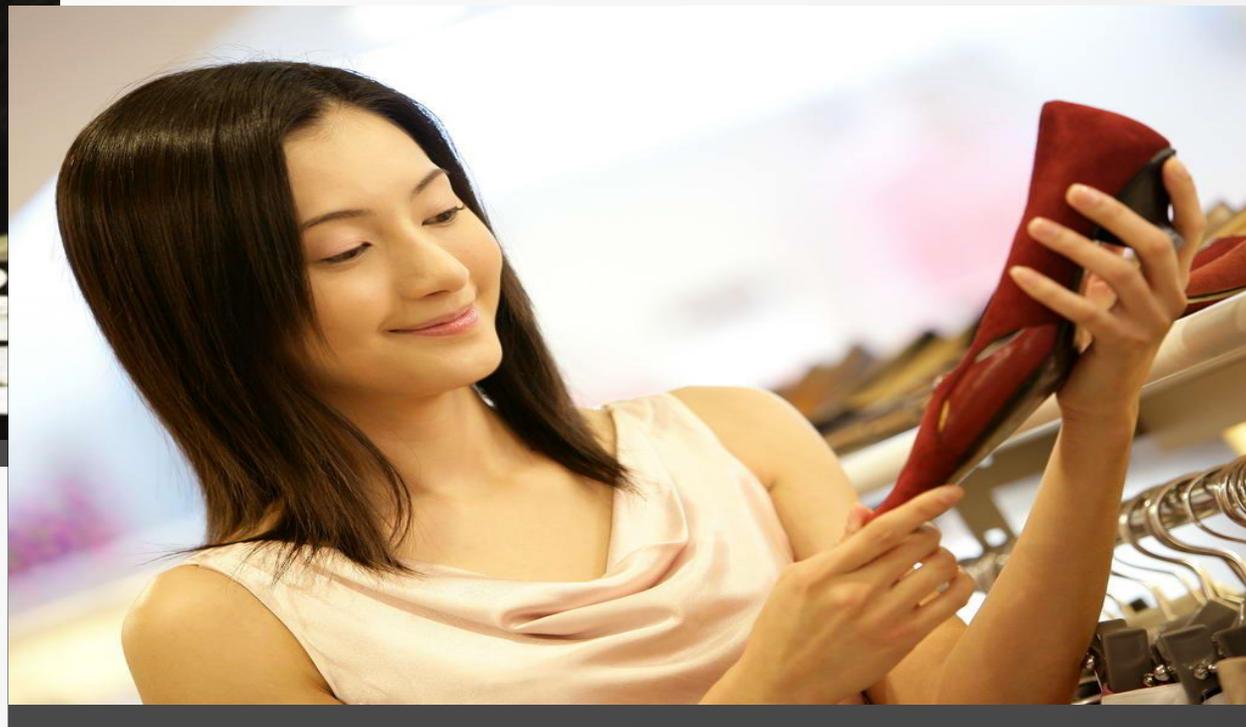
4.2不同性别消费者群体的消费心理



小测试：看图五秒钟...



他和她，想的是同一件事吗？

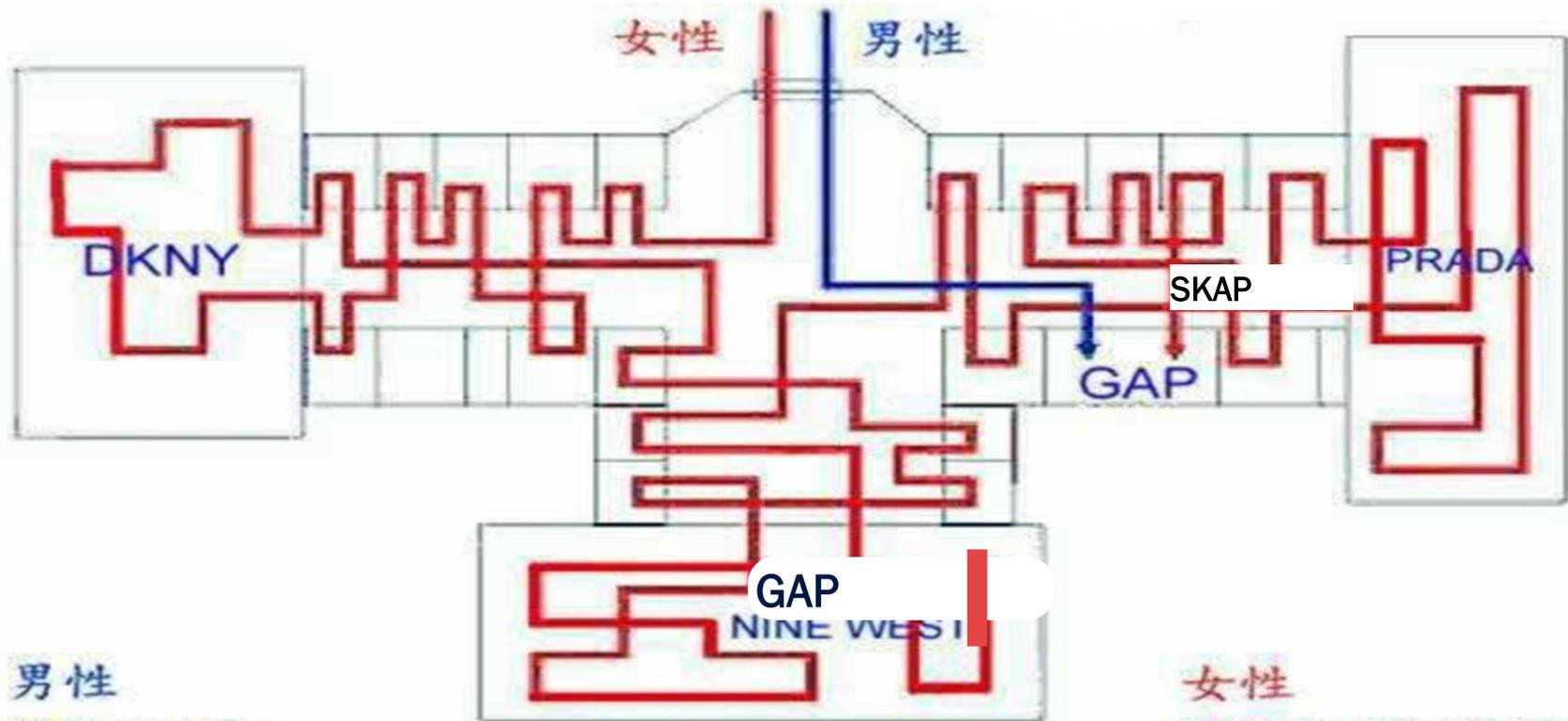




Thank God you're a man.

任务：到SKAP买双鞋子

任务：到 GAP 买条裤子



男性
時間：6分鐘
花費：900 元

女性
時間：3小時 26分鐘
花費：19,950 元



四、细分群体对消费者心理的影响

4.2 不同性别消费者群体的消费心理

(一) 女性群体的消费心理特征

1

态度细腻，选择性强

2

注重外观，感性消费

3

有较强的自我意识和自尊心

4

注重实用性和具体利益



文字案例：
将Zippo卖给
从不抽烟
的女人

(二) 针对女性消费群体的心理营销策略

1

注重商品包装设计

2

广告宣传考虑女性消费心理

3

优化购物环境，提高服务水平

(三) 男性群体的消费心理特征

1

注重商品质量、实用性

2

购买商品目的明确、迅速果断

3

强烈的自尊心、好胜心，购物不太注重价值问题



(四) 针对男性消费群体的心理营销策略

1

采取措施促使其迅速购买

2

充分利用男性购物的明确指向性

3

从理性角度进行促销说明



四、细分群体对消费者心理的影响

4.3 网络消费群体的消费心理

1. 热衷于上网消费。
2. 冲动式购买大量增加。
3. 对便利的要求更高。
4. 消费主动性增强。
5. 追求名牌产品消费。
6. 消费的个性化日益突出





消费者的认识过程

4.3 记忆在营销活动中的应用

“互联网+”案例：女粉淘宝，男控京东

思考与应用

1. 你认为女性消费者具有哪些消费心理特点？淘宝凭借哪些招法吸引了女性消费者？
2. 你认为男性消费者哪些消费心理特点？是什么原因导致男性消费者偏爱京东？



三、消费者的意志过程



消费者意志过程就是消费者在购买活动中有目的地、自觉地支配和调节自己的行动，克服各种困难，实现既定的购买目标的心理过程。



三个阶段

1. **作出**购买决策的阶段。
2. **执行**购买决策阶段。
3. **评价**购买决策阶段



总结

工作完成情况



谢谢欣赏

部门: XXX

Speaker: XXX

时间: 2020年12月18日