

Tuketici Davranisi Nedir?

Calisma Kagidi

Tuketici davranisi, bireylerin ve grupların urun veya hizmet satin almasını etkileyen psikolojik, sosyal ve ekonomik faktorleri inceler ve satin alma kararlarının nasıl olustugunu aciklar.

Sorular

1. Tuketici davranisi nedir?

- A) Rastgele para harcama
- B) Satin alma kararlarını ve etkileyen faktorleri inceleme
- C) Sadece reklam stratejileri
- D) Musteri geri bildirimini yoksayma

2. Tuketici karar verme asamalarında hangisi YOK?

- A) Sorun tanima
- B) Bilgi arama
- C) Rakip eleme
- D) Satin alma kararı

3. Yuksek katilimli satin almanın ornegi hangisidir?

- A) Sakiz satin almak
- B) Araba satin almak
- C) Kalem satin almak
- D) Kahve satin almak

4. Asagidakilerden hangisi tuketici davranisini TIPIK olarak etkilemez?

- A) Fiyat
- B) Sosyal etki
- C) Kisisel degerler
- D) Baska ulkelerdeki hava durumu

5. Ayse telefonunun pili hizli tukenmesine fark eder. iPhone, Android ve OnePlus incelemelerini okur ve karsilastirir. Karsilastirmeden sonra hangi asamadadir?

6. Bir ogrenci her sabah ayni kafeden dusunmeden kahve satin alir. Bu ne tur satin alma davranisidir?

7. Bir aile araba satin almadan once haftalar arastirir ve saatlik ziyaretler yapar. Karar verme neden uzundur?

8. Tanimla: Tuketici davranisi nedir?

9. Tanimla: Tuketici karar verme asamasinin ilki nedir?

10. Tanimla: Tuketici davranisini neyin etkiler?

Cevap Anahtari

1. B) Satın alma kararlarını ve etkileyen faktörleri inceleme - Tüketici davranışı, müşterilerin neden ve nasıl satın alma kararı verdiğini analiz eder.
2. C) Rakip eleme - Bes aşama: tanıma, arama, değerlendirme, satın alma ve satın alma sonrasıdır. 'Rakip eleme' resmi aşama değildir.
3. B) Araba satın almak - Yüksek katılımli satın almalar pahalı, riskli ve nadirdir (araba, ev, tatil).
4. D) Baska ülkelerdeki hava durumu - Fiyat, sosyal etki ve kişisel değerler davranışı etkiler. İlgisiz ülkelerdeki hava durumu etkilemez.
5. Ayşe Sorun Tanıma Bilgi Arama Alternatifleri Değerlendirme aşamalarından geçti. Şimdi Satın Alma Kararı aşamasına hazırdır.
6. Bu rutin/alışkanlık satın alması - düşük katılım, tanıdık marka, hızlı karar. Uzun karar verme yoktur.
7. Yüksek katılımli satın alma (pahalı, nadir, yüksek risk). Aile girdisi ve detaylı değerlendirme ile genişletilmiş problem çözümü.
8. İnsanların ürün satın almasını etkileyen psikolojik, sosyal ve ekonomik faktörleri inceleyen alan.
9. Sorun tanıma - müşteri bir ihtiyaç veya isteği fark eder.
10. Psikolojik (motivasyon, tutum), sosyal (aile, akranlar), kültürel ve ekonomik faktörler.

Bounlu

Tüm kartlar, adım adım çözümler ve AI hoca desteği Notek uygulamasında.
Sınav tarihlerini Promy otomatik hatırlatıcıya çevirir.