**ΕΝΟΤΗΤΑ 3.2**

**21578**

**ΘΕΜΑ 2ο**

Για ποιο λόγο οι επιχειρηματίες έχουν αναθέσει πλέον στους υπεύθυνους του Μάρκετινγκ την έρευνα της συμπεριφοράς των καταναλωτών;

**ΑΠΑΝΤΗΣΗ**

Παλαιότερα οι επιχειρηματίες είχαν άμεση επικοινωνία με τους πελάτες τους και μπορούσαν, εμπειρικά με τις καθημερινές πωλήσεις, να καταλάβουν τις αντιδράσεις τους. Με την ανάπτυξη του μεγέθους των επιχειρήσεων η άμεση επαφή έχει χαθεί, καθώς το πλήθος των πελατών έχει αυξηθεί και είναι δύσκολη η προσωπική επαφή.

**17605**

**ΘΕΜΑ 2ο**

Σύμφωνα με τον Φ. Κότλερ ο καταναλωτής δέχεται ερεθίσματα δύο κατηγοριών που τον επηρεάζουν και τον οδηγούν να πάρει μια απόφαση θετική ή αρνητική για ένα προϊόν. Ποια είναι αυτά τα ερεθίσματα και σε ποιες αποφάσεις του καταναλωτή οδηγούν;

ΑΠΑΝΤΗΣΗ

Ο Φ. Κότλερ (Ρ. Kotler) θεωρεί ότι ο καταναλωτής δέχεται ερεθίσματα δύο κατηγοριών α) ερεθίσματα που προκαλεί το Μάρκετινγκ με διάφορες ενέργειές του π.χ. κάνοντας διαφήμιση του προϊόντος, προσφέροντάς το σε ελκυστική τιμή κτλ. και β) άλλα ερεθίσματα που προέρχονται από το περιβάλλον του (κοινωνικά, πολιτιστικά κ.λπ.). Όλα αυτά τα ερεθίσματα επεξεργάζονται και συνδυάζονται στο μυαλό του, με αποτέλεσμα αργότερα να αντιδρά θετικά ή αρνητικά στην επιλογή του προϊόντος, στην επιλογή της μάρκας, στην επιλογή πωλητή, στο χρόνο αγοράς, στο ποσό αγοράς.