1. المفهوم الشائع للسوق: هو المكان الذي يتم فيه اللقاء بين البائع والمشترين، حيث يتم اللقاء بين البائع والمشترين". وتعريف رجال الاقتصاد للسوق: " البائعين والمشترين الحاليين والمرتقبين الذين يقومون بعقد صفقات معينة". وتعريف رجال التسويق: " مجموعة المشترين الحاليين والمرتقبين الذين لديهم حاجات أو رغبات غير مشبعة، ولديهم القدرة علي والرغبة علي الشراء والذين يمكن خدمتهم وإشباعهم من جانب المنشأة".
2. حتي تتم العملية الشرائية، توجد شروط، وهي:
* وجود قناعة فعلية بالمنافع للسلع والخدمات حتي تخلق رغبة للشراء.
* وجود قدرة مالية علي الشراء.
* توافر السلطة لاتخاذ القرار الشرائي.
1. **سلوك المستهلك Consumer Behavior:** هو النمط الذي يتبعه المستهلك في سلوكه للبحث أو الشراء أو الاستخدام أو التقييم للسلع والخدمات والأفكار التي يتوقع منها أن تشبع حاجاته ورغباته.
2. **من أهم النظريات التي تعرضت لذلك النظرية السلوكية** والتي تؤكد علي أن سلوك المستهلك يتم وفقا للتركيبة النفسية التي تعتمد علي دراسة مجموعة من المؤثرات **الفردية والجماعية** المؤثرة في سلوك المستهلك.
3. **الدوافع Drives** هي "القوي الكامنة التي تحرك الأفراد نحو اتباع سلوك معين
4. - تنقسم الحاجات البشرية الي أربع، وهي:
* حاجات فسيولوجية Physical Needs
* حاجات عاطفية Emotional Needs
* حاجات عقلية Mental Needs
* حاجات روحية Spiritual Needs
1. يقسم كتاب التسويق دوافع الشراء الي دوافع أولية وانتقائية، ومن ناحية أخري دوافع عقلية وعاطفية، فضلا عن دوافع التعامل.
2. يتحدد مستوي الإشباع عندما يقارن العميل بين الأداء المتوقع Performance Expected من المنتجات، والخبرة المكتسبة من التجربة الفعلية Performance Experienced
3. تعتبر العادة الشرائية من الأمور الهامة لرجال التسويق بسبب:
* أن الحاجات السابقة للمنشأة يمكن أن تستمر مستقبلا.
* أن العادات الشرائية تقل الوقت اللازم لاتخاذ القارات الشرائية.
* تترك عادة للمستهلك الشرائية سلوكا يمكن تفسيره.
* تقليل الوقت اللازم لاتخاذ القرارات الشرائية.
* تقليل التفكير في الشراء لوجود الحلول المسبقة.
* إمكانية الرقابة علي سلوك العملاء في نظام محدد.
1. أنواع الولاء للمنتجات:
2. ولاء عاطفي Emotional Loyalty
3. ولاء للاسم Identity
4. الولاء للصفات الحاكمة Differentiated Loyalty
5. لاء الارتباط Contract Loyalty
6. الولاء الناتج عن ارتفاع تكلفة التغيير Switching Loyalty
7. الولاء بالتعامل الطويل المألوف Familiarity Loyalty
8. الولاء المرتبط بالراحة Convenience Loyalty