



UNIVERSITÀ
DEGLI STUDI
DI TRIESTE

Ricerche di marketing: conoscere il consumatore (cenni e rinvii)

Ricerche di Marketing 2022-23

Prof.ssa Patrizia de Luca



Off line



On line

LE DECISIONI DEL CONSUMATORE: QUALE CONSAPEVOLEZZA?

*95 % of our purchase decision making takes place
in the subconscious mind*

[Zaltman G. (2003), *How Customers Think: Essential Insights into the Mind of the Market*, Harvard Business School Press, Boston]

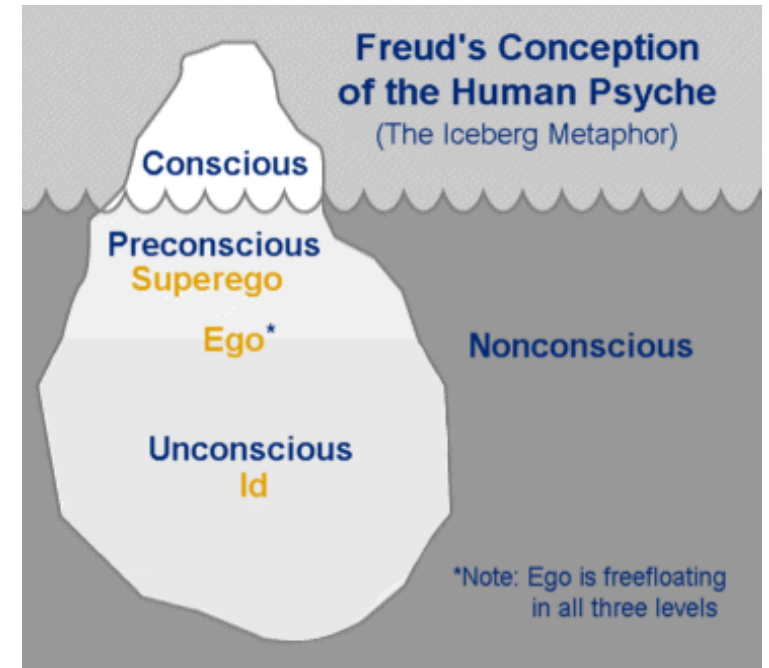
- BISOGNI CONSCI E INCONSCI
- ATTEGGIAMENTI ESPLICITI E IMPLICITI

CONSCIOUS AND UNCONSCIOUS NEEDS

Maslow Pyramid



- Freud understood that human personalities are very complex and difficult to describe.
- He knew all people have internal struggles to obtain their needs and desires.
- Also, Freud knew that people's subconscious decisions are a driving force in our everyday lives.

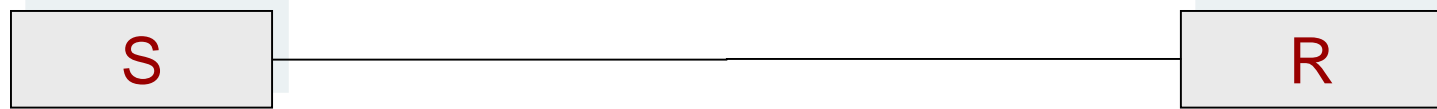


PER LE RICERCHE DI MARKETING:

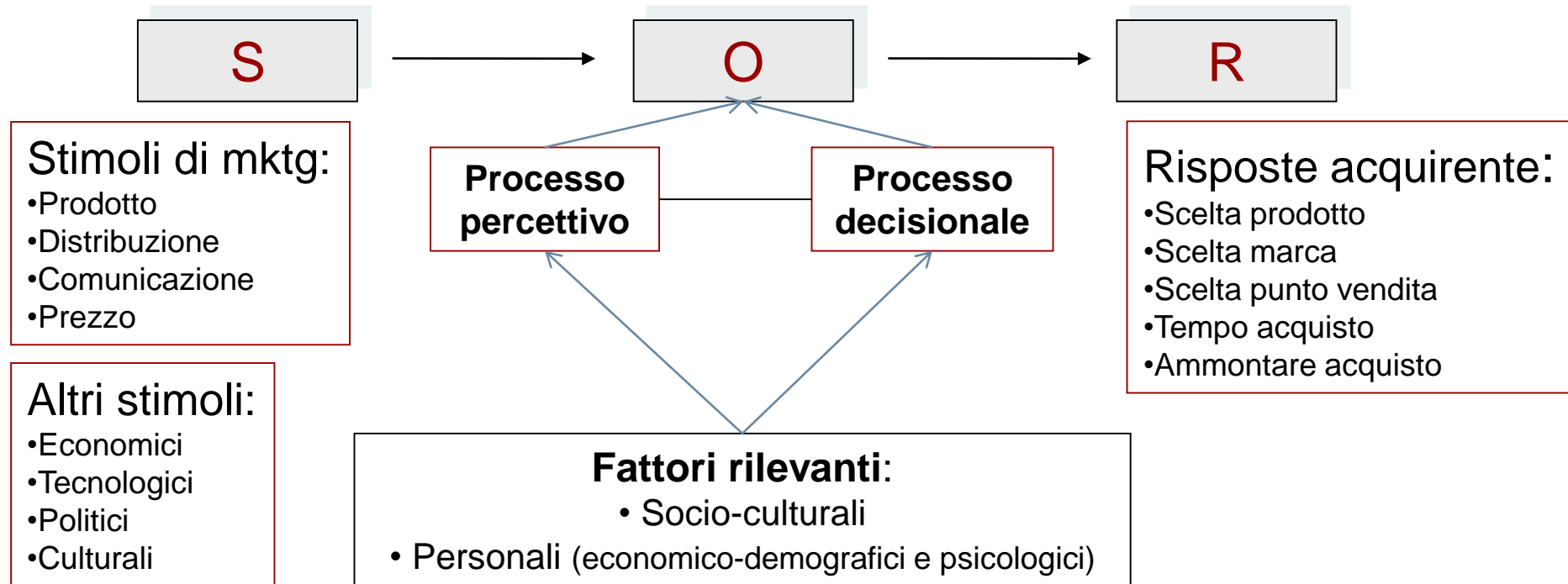
- Metodi e tecniche di ricerca tradizionali per indagare ciò che le persone sono disposte e sono in grado di raccontare a proposito dei loro pensieri ed opinioni (atteggiamenti espliciti)
- Metodi e tecniche implicite di ricerca per indagare cognizioni spontanee e inconsapevoli (atteggiamenti impliciti)

Paradigmi alla base dell'analisi del consumatore

Modelli Stimolo - Risposta



Modelli Stimolo – Organismo - Risposta



PARADIGMA

Cosa significa?



In filosofia della scienza il termine viene usato «per indicare quel complesso di regole metodologiche, modelli esplicativi, criteri di soluzione di problemi che caratterizza una comunità di scienziati in una fase determinata dell'evoluzione storica della loro disciplina» (<https://www.treccani.it/vocabolario/paradigma/>)

Paradigma
comportamentista
(Modelli S-R)

Paradigma
cognitivista
(Modelli S-O-R)

LE RICERCHE DI MARKETING: IL CONTESTO

- Quali decisioni aziendali?
- Quali quesiti di ricerca?
- Quali esigenze informative?
- Come raccogliere i dati?
- Come trattare i dati e trasformarli in informazioni utili?
- Come interpretare le informazioni?
- A chi sono destinate le informazioni?
- Come presentare i risultati?

*Il problema è dato non tanto dalla necessità di una maggiore quantità di dati, ma di una maggiore **qualità delle informazioni***

LE RICERCHE DI MARKETING: QUESITI DI BASE



