

消费者网上购买过程：购买决策 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/62/2021\\_2022\\_\\_E6\\_B6\\_88\\_E8\\_B4\\_B9\\_E8\\_80\\_85\\_E7\\_c40\\_62706.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/62/2021_2022__E6_B6_88_E8_B4_B9_E8_80_85_E7_c40_62706.htm) 消费者网上购买过程4.购买决策网上消费者在完成对商品的比较选择后，便进入到购买决策阶段。网上购买决策是指网上消费者在购买动机的支配下，从两件或两件以上的商品中选择一件满意商品的过程。购买决策是网上消费者购买活动中最主要的组成部分，它基本上反映了网上消费者的购买行为。与传统的购买方式相比，网上购买者的购买决策有许多独特之处。首先，网上购买者理智动机所占比重较大，而感情动机的比重较小，这是因为消费者在网上寻找商品的过程本身就是一个思考的过程。他有足够的时间仔细分析商品的性能、质量、价格和外观，从容地作出自己的选择。其次，网上购买受外界影响较小。购买者常常是独自坐在计算机前上网浏览、选择，与外界接触较少，决策范围有一定的局限性，大部分的购买决策是自己作出的或是与家人商量后作出的。因此，网上购物的决策行为较之传统的购买决策要快得多。网上消费者在决策购买某种商品时，一般必须具备三个条件：第一，对厂商有信任感第二，对支付有安全感第三，对产品有好感。所以，树立企业形象、改进货款支付办法完善商品邮寄办法，以及全面提高产品质量，是每个参与网络营销的厂商必须重点抓好的三项工作。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)