

消费者网上购买过程：收集信息 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_62714.htm 消费者网上购买过程2.收集信息

当需求被唤起之后，每个消费者都希望自己的需求能得到满足。所以，收集信息，了解行情，成为消费者购买过程的第二个环节。这个环节的作用就是汇集商品的有关资料，为下一步的比较选择奠定基础。消费者对信息的收集主要来自个人渠道、商业渠道和公共渠道。在传统的购买过程中，消费者对于信息的收集大都出于被动进行的状况，如亲朋好友或同事提供的购买信息和体会，厂商的展览推销、上门推销、中介推销、各类广告宣传等。在网上购买过程中，商品信息的收集主要是通过Internet进行。与传统购买时不同，网上购买信息的收集具有较大的主动性。一方面，网上消费者可根据已了解的信息，通过Internet跟踪查询；另一方面，消费者又在不断地网上浏览中，寻找新的购买机会。由于消费层次的不同，上网消费者大都具有敏锐的购买意识，始终领导着消费潮流。 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