

2009年外销员考试辅导：购买行为分析外销员考试 PDF转换
可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/642/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_A4_96_c28_642708.htm 把外销员站点加入收藏夹 欢迎

进入：2009年外销员课程免费试听 点击进入免费体验：百考试题外销员在线考试中心 更多信息请访问：百考试题外销员、百考试题论坛外销员

一、市场概念与分类 市场包含人口、购买实力、购买愿望三要素。购买行为---购买者为满足各自需要，在寻求、购买、使用、评估商品或劳务过程中所表现的行为。产品分类：消费品个人、家庭为了最终消费而购买的产品。产业用品---组织和团体为生产货物或提供服务而购买的产品。市场分类：消费品市场、产业用品市场、例

：(2000年试题) 营销学认为，一种产品属于消费品还是产业用品，取决于产品的购买者及其购买意图(是) 二、消费者购买行为：影响购买行为因素：文化因素：影响最深远 社会因素 个人因素 心理因素---最具有决定性、直接影响的因素 影响购买行为动机分析：需求层次论：生理需求 安全需求 社会需求 尊重需求 自我实现(最高层次) 例：1、文化因素、社会因素、个人因素和心理因素是影响消费者购买行为的主要因素，其中影响最深远的是() (06年试题) A、文化因素 B、社会因素 C、个人因素 D、心理因素 答案：A 2、文化因素、社会因素、个人因素和心理因素是影响消费者购买行为的主要因素，其中影响最直接的、决定性的因素是文化因素与心理因素(否) (04年试题) 三、集团购买行为：1 主要包括产业用户、中间商和政府部门，以产业市场购买行为最为复杂 2 特点：买者少，购买规模大 地理位置集中 派生需求 需求弹性小

专业化购买 理性购买 直接采购 互购、租赁、长期交往 3影响
集团购买行为因素：组织因素 环境因素 人际因素 个人因素
四、产业用品营销理念与行为：交易营销适用于一笔笔单项
交易，着眼于近期利益的人 关系营销---适用于技术性强、特
色鲜明的产品，着眼于远期利益的人 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