Motywacje zakupowe

i ścieżka klienta

MODUŁ 2

2 - Motywacje zakupowe i ścieżka klienta- cel zajęć

1. Zrozumienie motywacji zakupowych klientów
2. Poznanie etapów ścieżki zakupowej (Customer Journey)
3. Zrozumienie ekologicznych wyborów konsumenckich

Dlaczego klienci kupują?

W psychologii sprzedaży mówimy o **motywacjach zakupowych** – czyli o ukrytych potrzebach i emocjach, które prowadzą klienta do decyzji o zakupie.

Każdy klient ma swój powód, ale można wyróżnić kilka głównych **grup motywacji**.

Grupy motywacji

Motywacje racjonalne -

potrzeba bezpieczeństwa, jakości, funkcjonalności.

Motywacje ekologiczne -

chęć dokonywania wyborów w zgodzie z wartościami.

Motywacje emocjonalne -

pragnienie przyjemności, akceptacji, uznania.

Motywacje społeczne -

chęć przynależności do grupy, inspirowanie się innymi.

Emocje kontra racjonalność

Kupuję markę, którą noszą znajomi lub influencerzy.

Wybieram buty z materiałów z recyklingu.

Kupuję buty trekkingowe, bo są wygodne i trwałe.

Kupuję buty, bo chcę czuć się modnie lub pewnie.

Ćwiczenie

„Jakie motywacje zauważacie u swoich klientów? Kiedy kupują z rozsądku, a kiedy z emocji?”

Podziel odpowiedzi w dwóch kolumnach:

Emocje vs. **Logika.**

Etapy procesu zakupowego (Customer Journey)- tzw. ścieżka klienta

- Świadomość potrzeby

- Poszukiwanie informacji

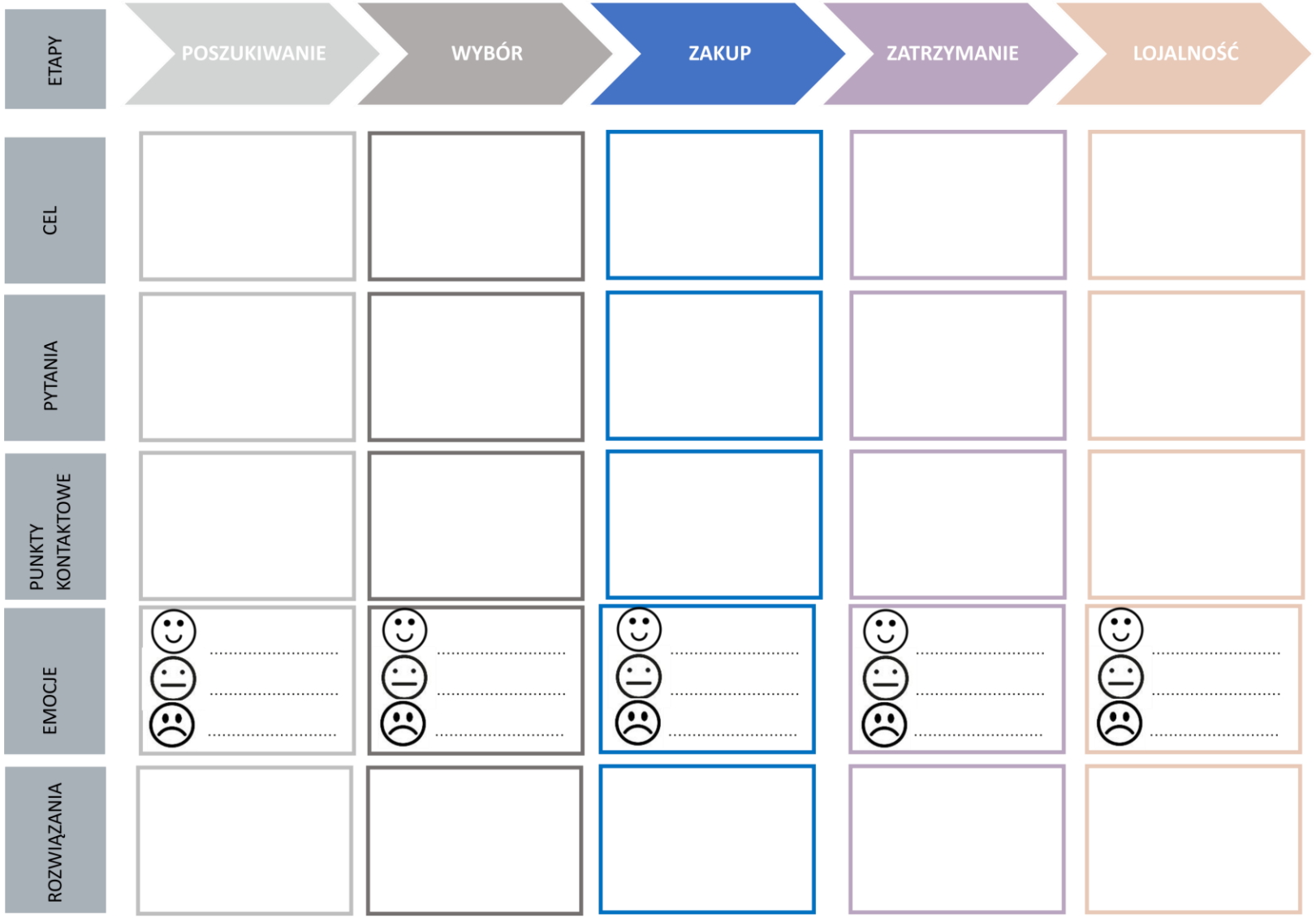
- Ocena alternatyw

- Decyzja zakupowa

- Doświadczenie po zakupie

- Lojalność i rekomendacja

Mapa podróży klienta (Customer Journey Map)



Motywacje ekologiczne i transformacja zakupowa

Transparentność marki

- pochodzenie produktów,
- warunki pracy

Trwałość produktu

- kupuję rzadziej, ale lepsze jakościowo

Recykling, opakowania, lokalna produkcja

Styl życia „less waste” i minimalizm

Refleksja i podsumowanie modułu

1. Motywacje zakupowe to emocje, potrzeby i wartości.
2. Klient przechodzi przez etapy ścieżki zakupowej, które można mapować.
3. Mapa podróży klienta pomaga zrozumieć jego doświadczenia i poprawić sprzedaż.
4. Ekologia i świadome wybory to rosnące źródło motywacji – warto je wspierać.