

Factores que influyen en el comportamiento y toma de decisiones del consumidor

La forma de actuar del consumidor se ve afectada tanto por factores internos como externos. Los factores internos refieren a la propia persona, mientras que los externos varían en función de tu empresa y de la competencia, entre otros aspectos.

Los factores que influyen en el comportamiento del consumidor pueden ser varios, pero queremos compartirte los principales. Te ayudarán a definir bien el perfil de tu consumidor y saber cómo actuar ante sus cambios y hábitos.

Factores internos que afectan el comportamiento del consumidor

Los factores más comunes que afectan el comportamiento de los consumidores son:

1. Estilo de vida

Cada persona tiene una manera de regir su día a día, de acuerdo con elementos tan variados como su localización, características socioeconómicas y necesidades específicas. Crear un buyer persona será la clave para que comprendas a qué tipo de consumidores te diriges.

2. Cultura

Los consumidores muchas veces se ven influidos por el modo de vida del entorno en el que viven, sobre todo si debe seguir ciertas normas culturales.

Como ejemplo están las creencias religiosas, cuyas normas varían, así como las reglas morales y sociales que delimitan el comportamiento de una comunidad.

3. Motivación

Puede verse influida por necesidades fisiológicas, biológicas y sociales, o el deseo de sentirse mejor consigo mismo. Se da en cualquier campo, ya sea interno o respecto de su apariencia, por ejemplo.

4. Edad

Las necesidades cambian con respecto a la edad del consumidor. Un niño de 10 años no tendrá las mismas que un hombre de 40 años. También se aplica en forma psicológica como son las necesidades de un adolescente que está pasando por una etapa en la que sufre muchos cambios.

5. Personalidad

En este factor puede afectar desde el lugar en que se encuentre el consumidor hasta la hora o el día. También se verá influenciada si la persona tuvo un buen o mal día. Estos aspectos pueden motivar a una persona a saber qué desea comer, vestir, entre otras elecciones.

6. Percepción

Es la opinión y visión que el consumidor tenga de un producto o servicio. Un comprador puede ser fiel toda su vida a una marca, pero si por alguna razón esta marca lo hace sentir poco especial, fácilmente podrá decidir cambiarla por otra más.

También pueden ejercer influencia otras personas cercanas, los medios de comunicación o el mismo marketing, que hagan cambiar la opinión del consumidor.

Factores externos que afectan el comportamiento del consumidor

Cada consumidor es diferente, pero hay factores que se presentan de forma común. Estos aspectos pueden beneficiar o afectar la toma de decisiones de los compradores ante un producto. Entre lo que puede motivar (o desmotivar) a un consumidor de forma externa a su persona se encuentra:

1. Calidad del producto

Antes que el mismo precio, la calidad de un producto (o servicio) influye directamente en los consumidores, quienes con el paso del tiempo se vuelven más exigentes.

Uno de los principales retos de las empresas es precisamente este: cumplir con las expectativas de los clientes. El consumidor se interesa en que los productos cumplan con estándares de calidad.

La calidad del producto debe ser un reflejo del deseo del cliente, pues tiene mucha relevancia cómo se sienten al adquirir el producto o si realmente va a mejorar su vida.

2. Precio

Este aspecto siempre estará presente y dependiendo el tipo de consumidor será su nivel de afectación en la compra. Hay consumidores que tienen la idea de que si un producto tiene un precio elevado es porque es de buena calidad; otros necesitan comparar entre una marca y otra para saber quién vende más barato.

3. Valoración de otros consumidores

Si algo necesitan los consumidores antes de comprar es la recomendación de otras personas. Actualmente internet y las redes sociales se han convertido en fieles compañeros de los compradores, pues a través de ellos pueden encontrar diversas valoraciones y reseñas que los ayuden a tomar una decisión.

Por esta razón, es importante que conozcas cómo puedes solicitar recomendaciones de manera efectiva.

4. Sitios de fácil navegación

Los consumidores online van en aumento, y sus exigencias también. Algo que es vital para que ellos sigan comprando es la navegación dentro del sitio web. Podría pensarse que esto no es importante, pero el consumidor desea satisfacer su necesidad de forma fácil y sin complicaciones.

Mientras más fácil sea la navegación, mejor. Seguir muchos pasos para realizar una compra aburre y agobia al consumidor. De igual forma, es importante que el comprador tenga claro desde el inicio lo que está comprando, cuánto le va a costar y cuáles son los beneficios que obtendrá.

Aspectos decisivos en el recorrido del comprador

Para analizar su comportamiento, utilizaremos un ejemplo básico de compra para describir cada paso.

1. Descubrimiento

En primer lugar, la persona reconoce que tiene una necesidad o un problema. Por ejemplo, pensará en cuál es la mejor forma de llegar de un punto a otro en menos tiempo.

Lo primero que hará es buscar información acerca de varios medios de transporte, y tendrá varias opciones a elegir. Comenzará a leer las características de uno y otro, y también comparará precios.

2. Consideración

Evalúa sus mejores opciones. Si ha realizado una lista con sus 10 opciones, la reducirá a 5. La decisión de descartar entre un modelo y otro, se basó en sus preferencias y el precio.

3. Decisión

El tercer paso será iniciar su proceso de compra. Uno de los factores más decisivos es si tuvo acceso a información de calidad y qué tan satisfactorias fueron cada una de las interacciones con cada marca.

Después de realizar su compra, el consumidor sabrá si su necesidad está satisfecha. Comprobará si el producto valió la pena y si el servicio le hizo sentir cómodo y escuchado.