



## **ΚΑΤΑΝΟΩΝΤΑΣ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ: ΜΕΤΡΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΝΑΛΥΣΗ**

Ακαδ. Έτος  
Β' Εξάμηνο

Γιώργος Ι. Σιώμκος  
Καθηγητής Μάρκετινγκ



### **I. Αντικείμενο Μελέτης:**

Το Μάθημα αυτό δεν θα είναι παρόμοιο με κανένα άλλο που έχετε πάρει έως σήμερα στην ακαδημαϊκή σας ζωή. Μπαίνετε στην αίθουσα διδασκαλίας για την πρώτη συνάντηση ως **experts** (εμπειρογνώμονες, ειδικοί) στη Συμπεριφορά του Καταναλωτή, στη Συμπεριφορά του Πελάτη διότι πολύ απλά είστε καταναλωτές σ' όλη σας τη ζωή. Σύντομα όμως θα διαπιστώσετε ότι ένας βασικός σκοπός του Μαθήματος είναι να μειώσει αυτή την «αντιληπτή εμπειρία» (perceived expertise) που έχετε, ενθαρρύνοντας σας να αντιληφθείτε ότι δεν είναι όλοι οι καταναλωτές σαν εσάς (δεν είναι όλοι ίδιοι με εσάς). Μάλιστα, είναι ακριβώς αυτή η μοναδικότητα της συμπεριφοράς άλλων καταναλωτών που κάνει το πεδίο της Συμπεριφοράς Καταναλωτή τόσο ενδιαφέρον!

Το Μάθημα μελετά και αναλύει τον καταναλωτή/ πελάτη ως αποφασίζοντα. Η έμφασή του δίδεται στις στρατηγικές επιπτώσεις των ψυχολογικών και κοινωνικών επιδράσεων που δέχεται ο καταναλωτής στη διάρκεια της διαδικασίας λήψης αποφάσεων. Παράλληλα, στο Μάθημα, η διαδικασία της έρευνας αγοράς και της ανάλυσης της

συμπεριφοράς του αποτελεί κεντρικό άξονα για τη μελέτη όλων των θεμάτων, διαδικασιών και φαινόμενων της Συμπεριφοράς του Καταναλωτή/ Πελάτη. Κεντρικό ρόλο τόσο στην έρευνα όσο και την ανάλυση έχουν σχετικές και εξειδικευμένες μετρικές, οι οποίες θα παρουσιαστούν και θα εφαρμοστούν στο πλαίσιο του Μαθήματος.

Το Μάθημα είναι σχεδιασμένο με στόχο να χτίσει ένα θεωρητικό περίγραμμα της συμπεριφοράς του καταναλωτή/ πελάτη αλλά και να βοηθήσει στην καλύτερη κατανόηση του καταναλωτή/ πελάτη και της συμπεριφοράς του. Η κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή/ πελάτη χρησιμοποιείται από τα σύγχρονα στελέχη του Μάρκετινγκ (MKT) στο σχεδιασμό στρατηγικών και προγραμμάτων MKT καθώς και στον επιτυχημένο σχεδιασμό προϊόντων / υπηρεσιών.

Επομένως, δύο είναι οι βασικοί στόχοι του Μαθήματος: (α) να κατανοήσετε και να «παραδεχτείτε» ότι δεν είναι όλοι οι καταναλωτές ίδιοι με εσάς, και (β) να κατανοήσετε ότι ο **Πελάτης** βρίσκεται στην «καρδιά» όλων των πραγμάτων που είναι και που κάνει ο Marketer (αυτό ακριβώς αποτελεί τη σύνδεση μεταξύ Συμπεριφοράς Καταναλωτή και Στρατηγικής MKT).

Στο πλαίσιο του Μαθήματος, η συμπεριφορά του καταναλωτή/ πελάτη θα διερευνηθεί από δύο οπτικές γωνίες: (1) από την οπτική γωνία του ίδιου του καταναλωτή, ο οποίος πρέπει να πάρει ποικίλες αποφάσεις καθημερινά για προϊόντα που αγοράζει ή και χρησιμοποιεί και (2) από την οπτική γωνία του διευθυντικού στελέχους MKT που χρειάζεται την κατανόηση της συμπεριφοράς του καταναλωτή/ πελάτη προκειμένου να αναπτύξει, να αξιολογήσει και να εφαρμόσει αποτελεσματικές στρατηγικές MKT.

Θέματα που καλύπτονται στο Μάθημα περιλαμβάνουν: διαδικασία λήψης αποφάσεων, επεξεργασία πληροφοριών, αντιλήψεις, προσήλωση στη μάρκα, ανάμειξη με το προϊόν, μέτρηση και αλλαγή στάσεων, μέθοδοι έρευνας αγοράς και καταναλωτή, διαπροσωπικές επιδράσεις στη συμπεριφορά του καταναλωτή, αγοραστική συμπεριφορά και επιλογή καταστήματος, και τέλος, εφαρμογές στην τμηματοποίηση της αγοράς, την τοποθέτηση και την προβολή προϊόντων / υπηρεσιών.

Η αίθουσα διδασκαλίας είναι ένα forum για συζήτηση όπου όλοι θα έχουν την ευκαιρία να ανταλλάσσουν και να διερευνούν ιδέες, να τις υποστηρίζουν και ομαδικά να φθάνουν σε λύσεις προβλημάτων MKT.

## **II. Συγγράμματα:**

- (α) Γ.Ι. Σιώμκος (2018), **Συμπεριφορά Καταναλωτή**, Εκδόσεις Broken Hill. [για συντομία Σ]
- (β) Γ.Ι. Σιώμκος & Δ.Α. Μαύρος (2018), **Έρευνα και Μετρικές Μάρκετινγκ**, Εκδόσεις Broken Hill. [για συντομία ΣΜ]

## **III. Συμπληρωματική Βιβλιογραφία:**

- M.R. Solomon (2018), **Consumer Behavior – Buying, Having, and Being**, 12<sup>th</sup> edition, Pearson.
- J.P. Peter, and J.C. Olson (2010), **Consumer Behavior and Marketing Strategy**, 9<sup>th</sup> edition, McGraw-Hill/ Irwin.
- D.I. Hawkins, and D.L. Mothersbaugh (2013), **Consumer Behavior – Building Marketing Strategy**, 12<sup>th</sup> international edition, McGraw-Hill.

- D. Iacobucci, and G.A. Churchill, Jr. (2018), **Marketing Research – Methodological Foundations**, 12<sup>th</sup> edition, Earlie Lite Books, Inc.
- L.G. Schiffman, L.L. Kanuk, and H. Hansen (2012), **Consumer Behavior – A European Outlook**, 2<sup>nd</sup> edition, Financial Times/ Prentice-Hall (Pearson).

**IV. Ωρες Γραφείου:**

Γραφείο: Κεντρικό Κτ.- 1ος όροφος

Ημέρες & Ωρες: ΔΕΥΤΕΡΑ 11.00-13.00

Τηλέφωνα: 210-8203233

e-mail: [gsiomkos@aeub.gr](mailto:gsiomkos@aeub.gr)

LinkedIn: George J. Siomkos

Twitter: @Siomkos

**V. Υποχρεώσεις – Δομή Μαθήματος & Βαθμολογία:**

Συμμετοχή & In-class exercises 15%

Quiz #1 30%

Quiz #2 30%

Mini-Project (ατομικό) 25% [βλ. Παράρτημα A]



## ΑΝΑΛΥΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΑΘΗΜΑΤΟΣ

| α/α | Ημερομηνία | Αίθουσα | Θέματα  | Διδακτέα Ύλη |         |
|-----|------------|---------|---|--------------|---------|
|     |            |         |   | Σ            | ΣΜ      |
| 1   |            | 609     | (α) Εισαγωγή και Διοικητικές Λεπτομέρειες του Μαθήματος<br>(β) Εισαγωγή στη Συμπεριφορά του Καταναλωτή/<br>Πελάτη (Σ.Κ.)<br>(γ) Έρευνα & Ανάλυση Σ.Κ.<br>(δ) Τμηματοποίηση Αγοράς & Τοποθέτηση<br>Προϊόντος (an overview) | 1<br>2<br>3  | 1, 3-10 |
| 2   |            | 609     | (α) Διαδικασία Λήψης Αποφάσεων & Επεξεργασία<br>Πληροφοριών<br>(β) Αντίληψη Καταναλωτή<br>(γ) Ανάμειξη, Μάθηση & Προσήλωση Καταναλωτή/<br>Πελάτη  | 4<br>5<br>6  |         |
| 3   |            | 609     | (α) Αυτοεικόνα και Προσωπικότητα Καταναλωτή<br>(β) Σχηματισμός, Μέτρηση & Αλλαγή Στάσεων<br>Καταναλωτών & Πειθώ   | 7<br>8       |         |
| 4   |            | 609     | QUIZ #1<br><br>(α) Δημογραφικά Χαρακτηριστικά Καταναλωτών/<br>Οικογένεια & Νοικοκυριά<br>(β) Αξίες, Τρόπος Ζωής και Ψυχογραφικά<br>Χαρακτηριστικά Καταναλωτή  | 9<br>10      |         |
| 5   |            | 609     | (α) Κουλτούρα & Σ.Κ.<br>(β) Καθοδηγητές Γνώμης, Ομάδες Αναφοράς &<br>Επιδράσεις Περίστασης  | 11<br>13     |         |
| 6   |            | 609     | (α) Customer Metrics (Μετρικές Πελάτη και<br>Αγοράς)<br>(β) Επιδράσεις Καταστήματος και Αγοραστική<br>Συμπεριφορά<br>(γ) Ο Καταναλωτής Μόδας  | 14<br>18     | 12, 14  |
| 7   |            | 609     | Έρευνα Σ.Κ./ Αγοράς II:<br>Guest Speaker: Δημήτρης Α. Μαύρος, Διευθύνων<br>Σύμβουλος MRB Hellas S.A.  |              |         |
|     |            |         | QUIZ #2 (ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ)   |              |         |