

Le comportement du consommateur

Type de contenu : Texte

Type de médiation : sans médiation

Titre(s) : Le comportement du consommateur

Auteur(s) : Brée, Joël (1960-....)

Mention d'édition : 2e éd.

Editeur, producteur : Paris : Dunod, impr. 2009
(impr. en Belgique)

Description matérielle : 1 vol. (128 p.) : fig., graph., tabl. ; 18 cm

Collection : Les topos éco-gestion

ISBN : 978-2-10-053298-8

EAN : 9782100532988

Appartient à la collection : Les Topos (Paris) 1284-7232 2009

Classification décimale Dewey : 658.834 2 23

Note(s) : Bibliogr. p. [121]-126. Index

Résumé ou extrait : Il est difficile d'étudier le comportement du consommateur car c'est un être complexe, souvent imprévisible et changeant. Il est tout aussi délicat de l'attirer et plus encore de le fidéliser. Ce livre permet de mieux cerner les ressorts qui sous-tendent le comportement du consommateur. Existe-t-il un apprentissage de la consommation ? Par quelle démarche le consommateur passe-t-il du traitement de l'information à l'acte d'achat proprement dit ? Quelles sont les influences des facteurs internes (facteurs socio-démographiques, personnalité, etc.) et environnementaux (culture, situation d'achat, etc.) sur la consommation ?

Sujet(s) : Consommateurs Attitudes Consommateurs Préférences Consommateurs Psychologie

Sujet - Nom commun : Comportement des consommateurs -- France