



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

项目3 网络消费行为分析

主讲：刘岢育

立志 修身 乐业 益天下

目录

CATALOG

(一) 标题一

1.1 小标题一

1.2 小标题二

(二) 标题一

2.1 小标题一

2.2 小标题二

(三) 标题一

3.1 小标题一

3.2 小标题二



奋达职校

FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆！

(一) PPT标题一

1.1 任务 网络消费行为分析



情境设计

任务 网络消费行为分析

目前网购网上商城遇到的最大问题是创办时间短，对网络消费人群的分析欠缺，导致网站、产品及售后问题频出，因此周杰决定首先带领团队对网络消费者消费行为进行一系列分析，包括网络消费者购买动机分析、网络消费者购买行为分析和网络消费者购买决策分析等。于是如何分析网络消费行为成为周杰当下最迫切的需求。



任务分解

任务 网络消费行为分析

活动1 分析了解网络消费者购买动机

活动2 分析研究网络消费者购买行为

活动3 分析掌握网络消费者购买决策

活动1了解网络消费者购买动机

知识窗

1 . 网络消费者的定义及类型

网络消费者是指通过互联网在电子商务市场中进行消费和购物等活动的消费者人群。网络消费者有以下六类:简单型、冲浪型、接入型、议价型、定期型和运动型（见图3.1）。



图3.1 网络消费者的类型

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

2. 网络消费者的购买动机

动机是指由需要引起的，想要满足各种需要的一种心理状态，即刺激人行动的原因。

网络消费者的购买动机，是指在网络消费中，促使消费者产生购买行为的源动力。只有了解了消费者的购买动机，才能预测网络消费者的购买行为，才能更好地采取应对措施。网络消费者的购买动机基本可分为需求动机和心理动机两大类（见图3.2）。



图3.2 网络消费者动机的类型

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(1) 需求动机

购买由需求产生，最后导致购买行为，因此，深入了解购买行为需从消费者的网络购买需求着手。需求动机是指消费者由于各种需求，包括低级的和高级的需求而引起的购买动机。网络消费者的需求动机包括两个方面：

① 传统的马斯洛需求层次理论在网络需求分析中的应用（见图3.3）。

② 现阶段网络消费者新的需求，包括兴趣、聚集、交流等。



图3.3 马斯洛需求原理

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

(2) 心理动机

心理动机是指因为消费者的例如情感、认知等一系列心理活动过程而引起的购买动机。

网络消费者购买行为的心理动机主要分为以下3个方面：

- ◆ 理智动机
- ◆ 情感动机
- ◆ 惠顾动机



活动实施

【案例分析】

通过阅读课本材料，运用知识窗理论知识，分析讨论：

- ①消费者对泳衣有哪些方面的需求。
- ②这些需求属于哪方面的购买动机。
- ③卖家张小艾是怎么去发现消费者需求的。



活动2 研究网络 消费者购买行为

知识窗

1. 网络消费者的购买行为的定义及特点

网络消费者的购买行为即网络消费者受营销和环境的刺激产生需求直至最终作出购买决策的整个过程。在电子商务模式下，消费者的购物行为相较于传统购物行为，有以下主要特点：

- ①消费市场满足个性化需求。
- ②主流化的服务需求。
- ③消费者可选择性广和影响购买行为中感情权重较大。
- ④消费者和生产者之间构成了商业流通循环。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

2. 影响网络消费者购物行为的因素

(1) 直接因素。

直接因素主要包括产品特性、产品价格、网站性能、网站购物环境体验。

①产品特性



图3.5 唯品会产品特性

1.1 小标题一

② 产品价格



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

慢慢买 全网比价·折扣

热门比价: 双11红包 iphone 7 小米5 oppo r9 ipad pro 格力空调 苹果6s plus 搜房网 机票比价

首页 全网比价 省钱控 白菜价 历史价格

比价网 > 女鞋 > 迷你唐卡女鞋大全 > 迷你唐卡单鞋女鞋哪个型号好, 迷你唐卡单鞋女鞋最新报价大全

根据你的需求筛选 女鞋 进行比价

品牌: 芭莉瑞娜 斯特拉 麦卡坎特伯雷 太平公主 星期六 达芙妮 红蜻蜓 百丽 酷丽 皇妹 蜜丝罗妮 奥卡索 路尚

款式: 鱼嘴鞋 休闲鞋 凉鞋/凉拖 靴子

跟高: 低跟(小于4cm) 中跟(4cm-6cm) 高跟(7cm-11cm) 超高跟(大于11cm) 内增高

价格: 0-99

评分: 4.8分及以上 4.6分及以上 4.4分及以上 4.2分及以上 4分及以上 3.5分及以上 3分及以上

排序: 共找到 59 个商品 < 1/2 >

MINNETONKA 迷你唐卡 凯蒂款单鞋 ¥359.00 考拉海淘 自营 月销量28件	Minnetonka 迷你唐卡 女单便鞋 凯蒂款 ¥733.00 中国亚马逊 自营 月销量1件	全球购 迷你唐卡/Minnetonka 女士时尚 ¥345.00 京东商城 第三方 月销量1件	MINNETONKA 迷你唐卡 新款时尚舒适 ¥399.00 专卖店 第三方 月销量1件

图3.6 慢慢买网站

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

③网站性能。

网站性能包括网页设计、网站访问便利和网站专业性三个方面。

④ 网站购物环境体验。

网站购物环境体验包括商品的展示、购物体验 and 适宜的界面展示等。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

活动实施

【做一做】

步骤一：打开淘宝大学首页，搜索“淘宝群”（见图3.8），观看了解淘宝新利器——“淘宝群”功能。

步骤二：阅读课本案例后进行小组讨论。



图3.9 淘宝群



活动3 掌握网络 消费者购买决策

知识窗

1. 网络消费者购买决策的概述

消费者购买决策是指消费者谨慎地评价某一产品、品牌或服务的属性并进行选择、购买能满足某一特定需要的产品的过程。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

2. 网络消费者购买决策的构成过程

- (1) 引起需求
- (2) 信息收集
- (3) 评价方案
- (4) 购买决策
- (5) 购后评价

图3.5 唯品会产品特性



活动实施

【讨论】

根据拼多多董事长的演讲，结合拼多多平台购物模式及活动，讨论：

- (1) 拼多多新的购物方式是怎样的？
- (2) 拼多多购物平台的消费者是怎样搜集信息的？
- (3) 拼多多为什么能成功引发更多消费者需求？



合作实训

任务1 认识网络营销行业与职业

实训任务

李海及王红通过学习对网络营销产生了浓厚的兴趣，上网检索了海尔电子商务相关信息，在老师的鼓励下主动进行了海尔公司电子商务公司网络营销的行为的资料搜集，采用角色扮演方式，假定你是海尔公司的网络营销人员，对搜集到的信息进行整理、分析，对企业进行恰当定位，然后针对分析结果，总结海尔公司面对的消费者的购物行为。分析海尔电子商务如何捕捉消费者的行为，谈谈对海尔电子商务为何能成功的体会。

1.1 小标题一



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

致力成为中国职业教育的标杆!

实训目的

通过实训帮助学生达到初步掌握网络消费者购买行为的分析、以及培养学生团队合作精神。

实训过程

学生通过小组（每组5~6人，推选1名组长，由组长根据小组情况进行任务分工）共同完成网络消费者购买行为的分析。

步骤1 检索海尔电子商务的相关案例信息，搜集海尔公司的网络营销行为，采用多媒体工具。

步骤2 分析海尔电子商务如何捕捉消费者的行为并列举出来，找出海尔电子商务的市场优劣势。

步骤3 各组在班级进行交流、分析。



项目总结

通过这一项目的学习，我们掌握了网络营销中的重要知识点：从网络消费者的购买动机、购买行为及购买决策三方面分析网络消费行为。

网络消费者是指通过互联网在电子商务市场中进行消费和购物等活动的消费者人群。网络消费者不外乎以下六类：简单型、冲浪型、接入型、议价型、定期型和运动型。进而分析网络消费者的购买动机。网络消费者的购买动机是指在网络消费活动中，促使消费者产生购买行为的源动力，基本可分为需求动机和心理动机两大类。

网络消费者的购买行为即网络消费者受营销和环境的刺激产生需求直至最终作出购买决策的整个过程。本书将影响网络消费者购物行为的众多因素分为两大类直接因素及间接因素。

消费者的购物决策过程是消费者需求、动机产生、购买活动和买后评价的综合与统一。购买决策的信息处理过程可以分为以下五个阶段：引起需要→搜集信息→评价方案→购买决策→购后行为。



奋达职校
FENDA VOCATIONAL SCHOOL

THANKS FOR WATCHING



致力成为中国职业教育的标杆！