

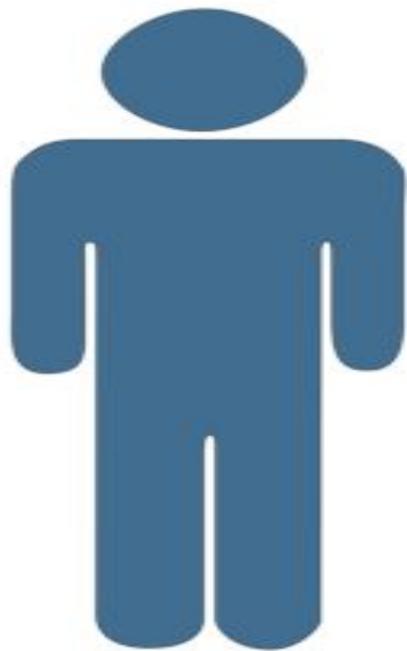
Презентация по предмету “Гендерные аспекты рекламы в индустрии моды” на тему:

Как покупают мужчины?

Выполнила: студентка г.СР-133

Санчай И.В.

Мужчины и женщины покупают по-разному.



Во всем мире именно женщины обеспечивают более 80% потребительских расходов.



В России все усиливается тем фактом, что количество женщин превышает количество мужчин на 15% или 10 млн.



Мужчины все чаще делают покупки сами



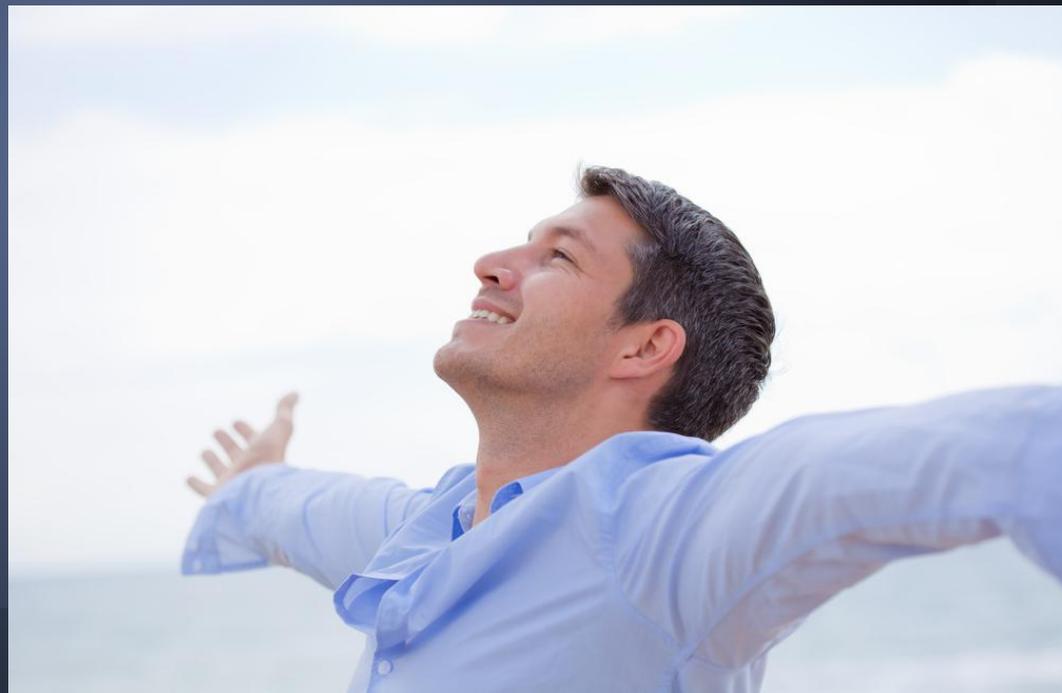
В чем состоят эти отличия?



Во-первых, мужчины, в основном, просто менее опытни в шопинге. Для большинства из них шопинг - не каждодневная задача.



Во-вторых, дело в том, что иногда называют «эволюционной психологией».



Женщины, отвечали за повседневное сохранение вида. Они «выполняли» параллельно большое количество разнообразных дел.



У мужчин и женщин сформировались совершенно разные жизненные стратегии, которые закреплены на генном уровне, через психологию (мозг), физиологию (гормоны).



Какие же различия являются определяющими разницу в покупательском поведении? Итак:

- Мужчина однозадачен, женщина многозадачна.
- Мужчины более индивидуальны, женщины больше социально ориентированы.
- Мужчины ищут результат, приемлемый вариант. Женщины ищут гармонию, заходя в магазин, они настраивают себя на поиск «идеального» решения.

В маркетинге классическая модель принятия решений при покупке состоит из следующих шагов:

- осознание потребности/проблемы,
- поиск информации,
- набор и оценка альтернатив,
- покупка
- дальнейшая оценка выбора.

Женщины начинают поиски нужного товара с расспросов друзей, знакомых и продавцов в магазинах, чтобы получить их мнение о данном товаре.



Мужчина двигается по прямой,
стремясь уменьшить количество
вариантов выбора.

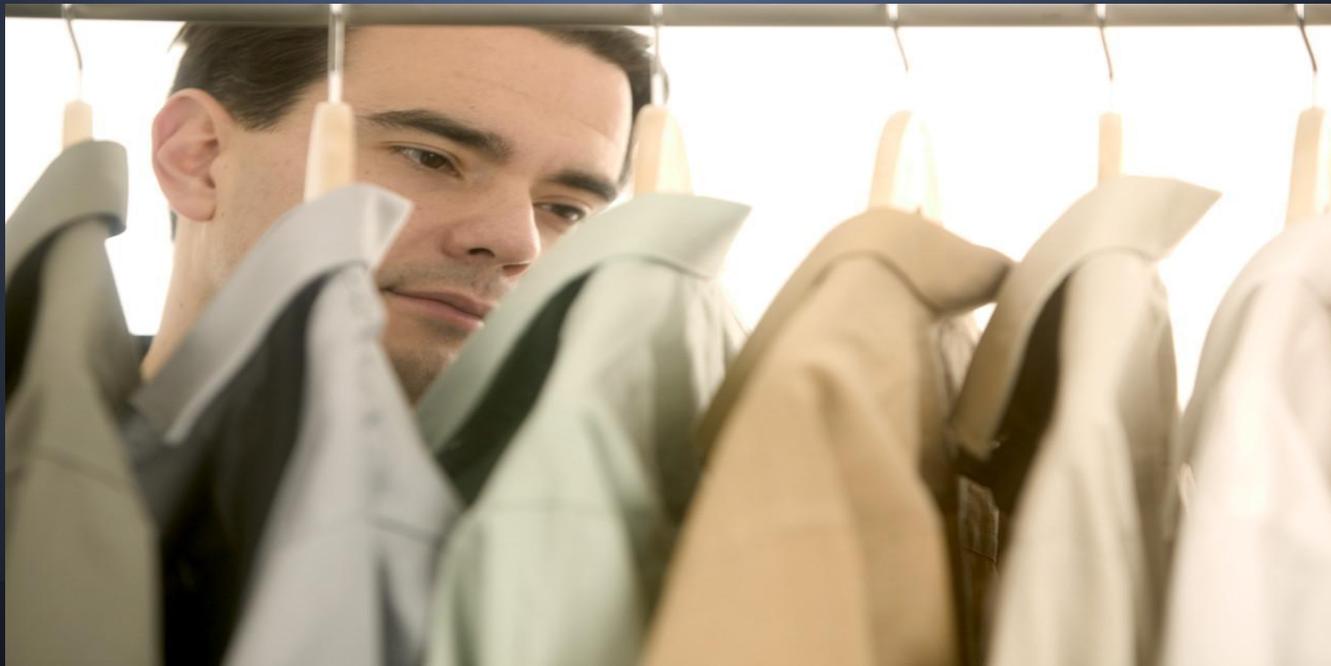




Что мужчины хотят, так это ясности, точных указателей, что и где расположено, что бы быстро найти те товары, за которыми они пришли в магазин.



**Мужчины чаще обращаются за помощью
найти что-то - нужный размер, цвет,
модель, уточнить какую-то характеристику.**



Мужчины лучше воспринимают предметы в центральной области зрения, прямо перед собой и чуть выше, они хорошо замечают близко расположенные предметы по бокам и ниже



Для мужской аудитории лучше использовать образы, соперничеством, социальным статусом, приключениями. Хорошо работает агрессивная подача в рекламе.



Спасибо за внимание!

