

## Hoofdstuk 5 Discussievraagstukken

1. Beschrijf hoe de subcultuur waar mensen deel van uit maken en hun sociale klasse de keus voor een auto kunnen beïnvloeden. Welke van deze twee factoren heeft waarschijnlijk de grootste invloed?
2. Referentiegroepen waar iemand bij wil horen worden aspiratiegroepen genoemd. Wat is een van jouw aspiratiegroepen? Wat voor producten zouden marketeers effectief kunnen verkopen aan de aspiratiegroep die jij hebt uitgekozen?
3. Leren wordt beschreven als veranderingen in het gedrag van een individu die veroorzaakt worden door ervaring. Hoe proberen marketeers consumenten zo ver te krijgen dat ze ervaring opdoen met hun producten om zo hun koopgedrag te beïnvloeden?
4. Soms besteedt een consument veel tijd aan het zoeken naar informatie en soms heel weinig. Welke factoren kunnen een rol spelen bij de hoeveelheid tijd die een consument besteedt aan het zoeken naar informatie?
5. Denk na over een nieuw soort product dat je onlangs hebt gekocht. Bespreek hoe je de vijf stadia van het productacceptatieproces hebt doorlopen. Heb je stadia overgeslagen? Was de volgorde van de stadia anders dan de volgorde in de tekst?
6. Bespreek hoe het koopgedrag van de zakelijke klant verschilt van het koopgedrag van de particuliere consument. Wat betekent dit voor een bedrijf dat goederen probeert te verkopen aan andere organisaties?