

Curso: Venta emocional.

Módulo 2 - El cliente emocional.

Conociendo el comportamiento del consumidor a través de la Antropología



Conociendo el comportamiento del consumidor a través de la Antropología

Buscando nuevas estrategias para conocer a fondo el comportamiento del consumidor, grandes empresas recurren a la asesoría de antropólogos. Sabemos que la antropología tiene como base el estudio de la humanidad. Los antropólogos buscan comprender cómo una cultura, una tribu, una familia o un clan se unen a través del lenguaje, los mitos, las tradiciones, las creencias, los rituales o los símbolos. ¿Qué es lo que hace que a un grupo de personas sea más unido más allá de su historia común o el lugar en el que viven?

Nuestros clientes tienen muchas similitudes, pero también tienen grandes diferencias. Su sentido de igualdad viene a través de una lectura similar de señales y símbolos que interpretan de manera común. Sus diferencias radican en las diversas reacciones que tienen ante factores parecidos.

Hay quienes disfrutan de todo el ritual de hacer “check-in” en un hotel a través de la recepción, y tener la posibilidad de lograr tener la mejor habitación y todas las comodidades de un hotel. Y hay quienes quieren evitar esto a toda costa y llegar directamente a descansar sin tener que perder más tiempo.

Ambos ejemplos representan a tus clientes. Entonces, ¿qué pasaría si observamos el comportamiento del consumidor cuidadosamente, en plena acción, como si estuvieras observando a alguien nuevo en tu tribu?, ¿Cuáles son las señales que te dan tus clientes para decirte que confían en ti para brindarles una gran experiencia en el servicio?

Nuestros hábitos están influenciados por nuestra familia, clase social y nacionalidad. Ahí es donde los antropólogos pueden hacer una gran diferencia en las decisiones de lanzar, por ejemplo, algún producto o servicio. Hoy muchas empresas se apoyan en la antropología para entender el comportamiento del consumidor y satisfacer sus necesidades.

Evaluando el comportamiento del consumidor

Las grandes empresas han empezado a invertir en antropólogos, ya sea a través de las empresas de consultoría o mediante la contratación de sus propios equipos. Por ejemplo Google contrató a antropólogos para observar a las personas que utilizan dispositivos móviles y entender cómo crear una mejor interacción móvil. Aquí lo importante es

aprender acerca del comportamiento del consumidor, saber cómo hacen uso de nuestro producto y aplicar este conocimiento a lo que les ofrecemos.

Lo importante es conocer a fondo las necesidades del cliente, pasar tiempo con ellos y observar lo que les aqueja y lo que se podía mejorar. Crear una conexión con los consumidores a fin de entenderlos y entender sus motivaciones y problemas con nuestra marca. En este caso los antropólogos toman el papel de defensores de los consumidores, y ayudan a las empresas a generar nuevas oportunidades de desarrollo conociendo a detalle el comportamiento del consumidor.

Conociendo el comportamiento del consumidor a través de la Antropología
entendiendo el comportamiento del consumidor

Buscando nuevas estrategias para conocer a fondo el comportamiento del consumidor, grandes empresas recurren a la asesoría de antropólogos. Sabemos que la antropología tiene como base el estudio de la humanidad. Los antropólogos buscan comprender cómo una cultura, una tribu, una familia o un clan se unen a través del lenguaje, los mitos, las tradiciones, las creencias, los rituales o los símbolos. ¿Qué es lo que hace que hace a un grupo de personas sea más unido más allá de su historia común o el lugar en el que viven?

Nuestros clientes tienen muchas similitudes, pero también tienen grandes diferencias. Su sentido de igualdad viene a través de una lectura similar de señales y símbolos que

interpretan de manera común. Sus diferencias radican en las diversas reacciones que tienen ante factores parecidos.

Hay quienes disfrutan de todo el ritual de hacer “check-in” en un hotel a través de la recepción, y tener la posibilidad de lograr tener la mejor habitación y todas las comodidades de un hotel. Y hay quienes quieren evitar esto a toda costa y llegar directamente a descansar sin tener que perder más tiempo.

Ambos ejemplos representan a tus clientes. Entonces, ¿qué pasaría si observamos el comportamiento del consumidor cuidadosamente, en plena acción, como si estuvieras observando a alguien nuevo en tu tribu?, ¿Cuáles son las señales que te dan tus clientes para decirte que confían en ti para brindarles una gran experiencia en el servicio?

Nuestros hábitos están influenciados por nuestra familia, clase social y nacionalidad. Ahí es donde los antropólogos pueden hacer una gran diferencia en las decisiones de lanzar, por ejemplo, algún producto o servicio. Hoy muchas empresas se apoyan en la antropología para entender el comportamiento del consumidor y satisfacer sus necesidades.

Evaluando el comportamiento del consumidor

Las grandes empresas han empezado a invertir en antropólogos, ya sea a través de las empresas de consultoría o mediante la contratación de sus propios equipos. Por ejemplo Google contrató a antropólogos para observar a las personas que utilizan dispositivos móviles y entender cómo crear una mejor interacción móvil. Aquí lo importante es

aprender acerca del comportamiento del consumidor, saber cómo hacen uso de nuestro producto y aplicar este conocimiento a lo que les ofrecemos.

Conoce de la teoría de la evolución del consumidor.

Lo importante es conocer a fondo las necesidades del cliente, pasar tiempo con ellos y observar lo que les aqueja y lo que se podía mejorar. Crear una conexión con los consumidores a fin de entenderlos y entender sus motivaciones y problemas con nuestra marca. En este caso los antropólogos toman el papel de defensores de los consumidores, y ayudan a las empresas a generar nuevas oportunidades de desarrollo conociendo a detalle el comportamiento del consumidor.

Conociendo a los clientes en su “hábitat natural”

Una manera de conocer mejor a los clientes es observando, conversando con ellos. La manera en que los clientes interactúan con una marca ha cambiado. Ahora hay más transparencia, más estímulos que les pueden desviar de nuestro camino, por lo que es necesario crear relaciones más estrechas y profundas

Hoy los clientes participan para definir lo que debe ser un producto, ayudan a su desarrollo, se les involucra cada vez más en la toma de este tipo de decisiones, quieren ser escuchados. La retroalimentación continua es importante para entender el comportamiento del consumidor, atraer a nuevos clientes y promover correctamente la marca. Debemos lograr anticiparnos a sus necesidades, a sus reacciones y satisfacer necesidades reales, otra buena manera de hacerlo, es recurriendo a la antropología.

Fuente:

<https://www.questionpro.com/blog/es/conociendo-el-comportamiento-del-consumidor-traves-de-la-antropologia/>