

Necesidades del consumidor: ¿Qué son y cuántos tipos existen?

Por Omar Escamilla, 2018.

En mercadotecnia, existen conceptos clave que los mercadólogos nunca deben olvidar, uno de los más importantes y básicos es el de necesidad este es uno de los primeros que aprenden los mercadólogos en formación. Las necesidades del consumidor pueden constituir una base para el desarrollo de nuevas soluciones o de estrategias que permitan a las empresas conseguir resultados y posicionarse en las preferencias de los consumidores.

¿Qué son las necesidades del consumidor?

El concepto de necesidad puede variar dependiendo de a quién se le pregunte o donde se consulte, por ejemplo, según lo señala información referida por HubSpot, se entiende como necesidades del consumidor a aquellos motivos que inclinan al consumidor a comprar un producto o servicio, es decir, la necesidad es el conductor de las decisiones de compra de los consumidores.

Para las marcas, las necesidades del consumidor representan una oportunidad inmejorable de resolver o contribuir con valor a la satisfacción de esa necesidad.

Un ejemplo de necesidad llega cada día a los consumidores a eso de la 1 o 2 p.m. se trata del hambre y ello los motiva (en caso de no tener comida) a salir a comprar. En este caso, el tipo de comida, el lugar y la cantidad serán los factores con los cuales el consumidor decidirá satisfacer esa necesidad.

Otra definición, desde la perspectiva económica puede ser la que establece el Business Dictionary, de acuerdo con ellos, se entiende por necesidad a todo bien o servicio cuyo consumo resulta esencial para la supervivencia humana o que se puede considerar indispensable para mantener cierto estándar de vida.

Aun así, con estas definiciones ya establecidas, para los consumidores el concepto de necesidad puede representar muchas cosas en función de sus hábitos y su contexto. Por ello, a continuación veremos algunos tipos de necesidades que existen.

¿Cuántos tipos de necesidades existen?

Además de aquellas plasmadas en la pirámide de Maslow, donde tenemos a las de autorrealización, reconocimiento, afiliación, seguridad y necesidades fisiológicas, existen otras que están más apegadas a las necesidades del cliente con respecto a los productos o servicios. La mayoría de estas trabajan conjuntamente para impulsar una decisión de compra y se clasifican de la siguiente forma:

Necesidades de producto:

Funcionalidad

La primera de estas necesidades del consumidor hacer referencia a que los consumidores necesitan que tu producto o servicio funcione en la forma que requieren para poder solucionar sus problemas o deseos.

Precio

Se trata de una necesidad que implica que los consumidores tienen presupuestos únicos con los cuales pueden comprar un producto o servicio.

Conveniencia

La necesidad de conveniencia se refiere a que los productos o servicios de una marca deben ser soluciones convenientes para las funciones que los consumidores intentan cumplir.

Experiencia

La cuarta de las necesidades del consumidor en el apartado de los productos / servicios se refiere a que la experiencia usando tu producto o servicio necesita ser fácil o clara para que los consumidores no trabajen de más.

Diseño

El diseño se contempla como una necesidad en la línea de la experiencia, en la que el producto o servicio debe tener un diseño adecuado para que sea fácil e intuitivo en su uso.

Confiabilidad

Los productos o servicios deben ser confiables en su función tal como son promovidos a través de la publicidad, la confiabilidad es un aspecto que debe aparecer cada que el usuario quiere usar el producto.

Performance

La necesidad de performance se refiere a que el producto o servicio debe funcionar adecuadamente para que el consumidor pueda alcanzar sus metas.

Eficiencia

Tal como lo indica el punto, el producto debe ser eficiente para el consumidor, esto se logra simplificando procesos que de otro modo tomarían mucho más tiempo.

Compatibilidad

La última de las necesidades del consumidor en este apartado hace referencia a que el producto debe ser compatible con otros que el consumidor ya está usando.

Necesidades de servicio

Empatía

La primera de estas necesidades del consumidor se refiere a que cuando los consumidores se ponen en contacto con el servicio a clientes, quieren empatía y entendimiento por parte de la persona que los está ayudando.

Justicia

Los consumidores buscan que, desde el precio, los términos del servicio y hasta la extensión del contrato, las cosas sean justas por parte de la marca de la cual están adquiriendo el servicio.

Transparencia

Se refiere a que los consumidores esperan transparencia por parte del negocio con el que están interactuando o comprando, esto cuando existen situaciones como la interrupción del servicio, cambios en los precios, y cuestiones de último minuto. Se espera que las empresas o marcas tengan apertura con los clientes.

Control

La necesidad de control surge porque los consumidores necesitan sentir que tienen el control de la interacción con las marcas de principio a fin. Como parte del control se hace referencia a que también es importante permitir la facilidad para regresar productos, cambiar suscripciones, ajustar términos, entre otras cosas.

Opciones

Con esta necesidad nos referimos a que los consumidores quieren opciones cuando están listos para generar una compra, para satisfacerla, las marcas deben contar con una variedad de productos, suscripciones, opciones de pago, etc. para proveer más libertad al consumidor.

Información

Finalmente, también existe en los consumidores la necesidad de información, desde el momento en que comienza la interacción con la marca hasta los momentos previos y posteriores a la generación de una compra. Para satisfacerla, los negocios deben proveer contenidos y comunicaciones regulares para que los consumidores puedan usar un producto o servicio de forma exitosa.

Fuente: <https://www.merca20.com/necesidades-del-consumidor/>