

Análisis de Casos sobre Tipos de Clientes y Consumidores Peruanos



1. Propósito

Analizar diferentes tipos de clientes y consumidores peruanos, identificando sus características, factores que influyen en sus decisiones de compra, y diseñar estrategias adecuadas para abordar sus necesidades.

2. Actividades

Caso 1: Cliente Escéptico

Contexto:

Un cliente desea comprar un electrodoméstico. Prefiere consultar múltiples fuentes antes de tomar una decisión. Utiliza buscadores, foros y redes sociales para obtener opiniones de otros consumidores.

Preguntas para el análisis:

- ¿Qué factores influyen en el comportamiento de este cliente (culturales, sociales, personales o psicológicos)?
- ¿Cómo podría una empresa ganar su confianza?
- Diseña una estrategia de marketing para captar la atención de este cliente.

Caso 2: Cliente Multidispositivo

Contexto:

Un cliente realiza compras en línea utilizando su tableta mientras ve televisión y consulta precios en su celular. Busca rapidez y comodidad en sus transacciones.

Preguntas para el análisis:

- ¿Qué características hacen a este cliente único?
- ¿Qué canales de comunicación serían más efectivos para interactuar con él?
- Diseña una experiencia de compra omnicanal para este tipo de cliente.

Caso 3: Consumidor Peruano y Factores Psicológicos

Contexto:

Un estudio muestra que los consumidores peruanos valoran las promociones y ofertas, pero también priorizan productos que transmitan seguridad y confianza, especialmente en alimentos y productos de salud.

Preguntas para el análisis:

- ¿Qué factores psicológicos influyen en la decisión de compra de este consumidor?
- ¿Cómo pueden las empresas reforzar la confianza de los consumidores peruanos en sus productos?
- Proporciona un ejemplo de campaña publicitaria adaptada al mercado peruano.