

يُعدّ فهم سلوك المستهلك أساسياً في دراسة أسواق المستهلكين، حيث يُسهم في توجيه استراتيجيات التسويق وفهم احتياجات المستهلكين وتفضيلاتهم. فهو يُمكن من تحسين استراتيجيات التسويق عبر تصميم حملات مُستهدفة وتحديد الرسائل المناسبة، بالإضافة إلى تلبية احتياجات المستهلكين وتوقعاتهم، بما في ذلك التنبؤ بالاتجاهات المستقبلية. كما يُساعد تحليل أنماط الشراء، سواءً العقلانية أو العاطفية، على فهم عملية اتخاذ القرارات الشرائية. هذا الفهم يُحقق تفوقاً تنافسياً للشركات عبر ابتكار منتجات تلبي احتياجات السوق، وتحقيق رضا العملاء وولائهم. أخيراً، يُساعد سلوك المستهلك في تحليل تأثير العوامل الاقتصادية والاجتماعية والثقافية، وتحسين تجربة المستخدم، والابتكار في تقديم الخدمات، والتكيف مع الأسواق المختلفة.