

يتم في هذه المرحلة استخدام المنتج ويتم تكوين فكرة أو موقف تجاه المنتج. فمثلاً قام المستهلك بتقييم المنتجات قبل الشراء، فإنه يقوم بتقييم المنتج المختار بعد الشراء مع الأخذ مرحلة التقييم بعد عملية الشراء: بعين الاعتبار تنبؤاته الخاصة. أ الشك الذاتي والتنافر المعرفي: يعرف الشك الذاتي بحالة القلق والشك التي تنتاب المستهلك بعد الشراء حتى ولو كان المنتج جيد، وعادة يحدث ذلك إذا ما تقاربت البدائل المعروضة إلى حد كبير. ت عدم الانسجام وتبرير قرار الشراء : المستهلك قد يسعى إلى إضافة التبرير القرار حينما لا يتوافق مع توقعاته. إن شراء سلعة معينة له تأثير ارتدادي هام على تفضيلها فيما بعد، ومن ناحية أخرى إذا كانت التجربة مرضية فإن ذلك يقوي درجة تفضيل السلعة هناك بعض التصرفات يقوم بها المستهلك بعد الشراء تتمثل في: ب مرحلة تكوين الاتجاه نحو المنتج : في هذه المرحلة يقوم المستهلك بتكوين اتجاهاته عن المنتجات بعد الشراء، والاختلاف بينهما من كونه محدد هام لتكرار التعامل مع العلامة التجارية وهذا يخلق الولاء لدى المستهلك.