في البداية، لكنه يتعرض لها بشكل متكرر في بيئته اليومية، الحافز غير المشروط: الشعور بالتحسن بعد شرب القهوة بسبب التأثيرات الكيميائية للكافيين على الجسم. الحافز المحايد الذي يصبح مشروطًا: سماع موسيقى أو ألوان معينة مرتبطة بالعلامة التجارية، مما يخلق ارتباطًا نفسيًا غير واعٍ بين المنتج والتجربة الإيجابية. الاستجابة: مع مرور الوقت، حتى وإن لم يكن يشعر بالحاجة الفعلية لها في تلك اللحظة. يطور المستهلك عادة يومية ترتبط برائحة القهوة أو أماكن معينة، مما يجعله يختار نفس العلامة التجارية بشكل متكرر دون تفكير، مما يساعد العلامات التجارية على بناء ولاء المستهلكين من خلال الربط العاطفي المستمر مع منتجاتهم. مثال على العادة وفقًا لنظرية التعلم الشرطي الإجرائي العادة: الاشتراك في برنامج الولاء لمتجر إلكتروني والتسوق المتكرر للاستفادة من المكافآت نظام الولاء في المتاجر الإلكترونية يعتمد بشكل أساسي على التعزيز الإيجابي الذي يدفع المستهلك إلى تكرار عملية الشراء للحصول على مكافآت مستقبلية. (محمد، الاستجابة: يقوم المستهلك بزيادة معدل الشراء من المتجر الإلكتروني لمراكمة النقاط والحصول على خصومات مستقبلية. نوع التعزيز: تعزيز إيجابي: يحصل المستهلك على نقاط مكافآت أو خصومات عند إتمام عمليات الشراء، مما يعزز من احتمالية تكرار السلوك. زيادة الفوائد مثل الشحن المجاني أو العروض الحصرية لمستخدمي برنامج الولاء، مما يجعله يستمر في الإنفاق لتحقيق ذلك الهدف. هذا النوع من الاستراتيجيات يُستخدم على نطاق واسع في التجارة الإلكترونية،

lakhasly.com © تم تلخيص النص بواسطة موقع لخصلي