

● مقارنة العميل المرتقب بين المغريات البيعية المتاحة في السوق. ● العوامل المؤثرة على الفترة المنقضية بين الشعور بالحاجة و اتخاذ قرار الشراء. 1. مدى الحاجة لدى المستهلك و نوعية المنفعة التي تحققها السلعة.