إن نشأة و تطور دراسة سلوك المستهلك تمعع بين علم النفس و الإقتصاد و التسويق، المستهلك محور اهتمام كبير في النظريات التسويقية التقليدية، ؟ بداية الإهتمام: بدأت تظهر الحاجة لفهم دوافع المستهلكين شكل أعمق في الأربعينات و الخمسينات من القرن الماضي، ؟ التأثر بعلم النفس: تأثرت الدراسات المبكرة بشكل كبير بعام النفس، كان الهدف هو فهم "لماذا" يشتري المستهلكون منتجات معينة. ؟ تخصص فرعي في التسويق: بدأت دراسة سلوك المستهلك في ظهور كتخصص فرعي مستقل ضمن مجال التسويق . بدأ التسويق في الابتعاد عن التركيز الحصري على الاقتصاد و الاتجاه نحو العلوم السلوكية الأخرى، مثل علم الاجتماع والأنثروبولوجيا. ؟ التأثير بالتكنولوجيا: في العصر الحديث أحدثت التكنولوجيا ثورة في دراسة سلوك المستهلك، توفر البيانات الضخمة ووسائل التواصل الإجتماعي أدوات جديدة لفهم سلوك المستهلكين على نطاق واسع و في الوقت الفعلي، كما ظهرت مجالات جديدة مثل التسويق الرقمي و سلوك المستهلك عبر ؟ التركيز على تجربة المستهلك: أصبح هناك تركيز متزايد على فهم تجربة المستهلك الشاملة، تطورت دراسة سلوك المستهلك من مرحلة التركيز على الدوافع الخفية إلى فهم شامل و معقد لكافة العوامل النفسية و الإجتماعية و الثقافية و الإقتصادية و التكنولوجية التي تؤثر على قرارات المستهلكين.

Summarized by © lakhasly.com