Кр\_ Психологические особенности интернет покупателей

Стр\_37

[Введение](#_Toc480527221)

[Глава 1. Теоретический анализ литературы по проблеме психологических особенностей интернет покупателей](#_Toc480527222)

[1.1 Психологи интернет покупок](#_Toc480527223)

[1.2 Интернет покупатели и их психологические характеристики](#_Toc480527224)

[Глава 2. Эмпирическое исследование психологических особенностей интернет покупателей](#_Toc480527225)

[2.1 Организация исследования](#_Toc480527226)

[2.2 Анализ результатов исследования](#_Toc480527227)

[Заключение](#_Toc480527228)

[Список литературы](#_Toc480527229)

**Заключение**

Таким образом, в связи с тем, что покупателем может быть любой представитель перечисленных типажей, в разработке интернет-магазина стоит уделить внимание всем ключевым рычагам управления поведением каждого из них. Здесь на помощь приходит продуманная стратегия, внимательность к мелочам, грамотное знание психологии поведения посетителей интернет-магазина.

Таким образом, интернет-магазин - это сайт, торгующий товарами посредством сети Интернет. Позволяет пользователям онлайн, в своём браузере, сформировать заказ на покупку, выбрать способ оплаты и доставки заказа, оплатить заказ, например, электронными деньгами.

На данный момент взаимоотношения потребителя и интернет-магазина выстраиваются таким образом, что потребитель находится в центре интересов интернет-магазинов, является его основной целью и объектом целенаправленного воздействия. Именно поэтому для интернет-магазина важным является изучение потребителя с психологической, экономической, социологической и культурологической точки зрения.

**Список литературы**

1. Жакупова М.И психологическое поведение покупателя; Изд-во Алматы, 2000.-222с.
2. Джеффа Бизоса Интернет: учебное пособие; пер. с нем. А.М. Макарова; под ред. И.С.Минко.- М.: Высш. Шк.,1995.-255с.
3. Ильин В.И. Поведение потребителей. Краткий курс. СПб., 2000.
4. Бейкер М. Маркетинг: учебник.-СПб.: Изд-во Питер,2002.-220с.
5. Федько Н.Г., поведение потребителей, 2001, 68 С.