



CONSUMER BEHAVIOUR

Rotaru Elena Andreea
Sava Alexandra
Tempe Iulia
Toma Luiza
Voicu Bianca

Cuprins



01 Prezentare proiect

subiectul analizat, informații despre comportamentul consumatorilor și despre compania Amazon

02 Prezentare bază de date

prezentarea datelor analizate, dar și detalierea procesului de analiză

03 Rezultatele analizei

rezultatele obținute în urma analizei, alături de vizualizări grafice

04 Concluzii și recomandări

recomandări pentru o analiză mai complexă, dar și pentru aprofundarea subiectului

Prezentarea proiectului



Am analizat **comportamentul consumatorilor în mediul online** și ne-am concentrat pe clienții Amazon



Am ales baza de date “**Amazon consumer Behaviour Dataset**”



Datele au fost postate pe platforma **Kaggle** de către **Swathi Menon**, Data Science Intern, India



Datele au fost colectate prin **Google Forms**.

O astfel de analiză este importantă pentru:

→ **Înțelegerea comportamentului consumatorului**

→ **Aflarea nevoilor clienților**

→ **Stabilirea publicului țintă**

→ **Anticiparea tendințelor pieței**

→ **Eficientizarea strategiilor de marketing**

→ **Ajutarea companiei pentru a înțelege care îi sunt punctelor slabe și tari**

Cui se adresează această analiză?

Specialiști în
domeniu



studiul comportamentului consumatorului oferă informații importante **managerilor de marketing** pentru **dezvoltarea strategiilor** și **tacticilor de marketing**.

Studenti și
profesori



cadrele universitare pot preda **studentilor** cursuri pe această temă. Aceștia mai generează cunoștințe despre comportamentul consumatorilor și atunci când efectuează **cercetări în domeniu**.

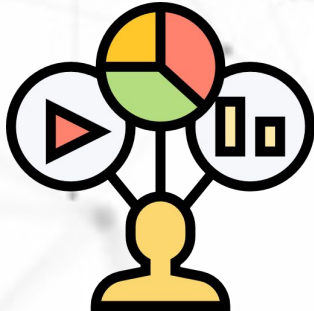
Clienții
Amazon



clienții pot înțelege mai bine informațiile atunci când **vizualizează o diagramă, o matrice sau o grilă care compară diverse date**.

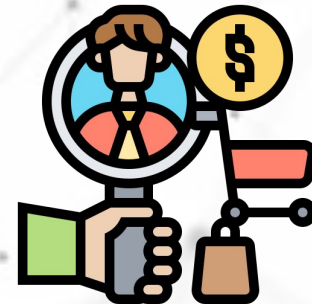
De ce e important să analizăm comportamentul consumatorului?

Considerăm că este important ca o companie să cunoască comportamentul consumatorilor săi pentru a le oferi acestora o experiență mai plăcută. Printr-o astfel de analiză, observăm mai ușor cine este publicul țintă, ce nevoi și dorințe are. În final, experiența clienților poate fi personalizată în funcție de preferințele acestora.



De ce am analizat comportamentul consumatorilor Amazon?

Amazon este o companie cu succes internațional, foarte populară în rândul cumpărătorilor din mediul online. Aceasta oferă o gamă largă de produse și diverse oferte personalizate pentru clienții săi. Existând pe piață încă din 1994, considerăm că Amazon are o strategie bine pusă la punct care merită să fie analizată.



COMPORTAMENTUL CONSUMATORULUI

Comportamentul consumatorului reflectă totalitatea deciziilor consumatorilor cu privire la **achiziția consumului** și **dispunerea de bunuri, servicii, activități, experiențe, oameni și idei** (umane) de decizie (de-a lungul timpului).

(sursa: Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R., Chan, E., Northey G. (2018). Consumer Behaviour: Asia-Pacific Edition. Cengage Learning)

Ce afectează comportamentul consumatorilor



nevoile

familia

valorile

etica

dorințe

prietenii

vârsta
expunerea

credibilitatea brandului

Stil de viață
influența

promoții

publicitatea

preț

genul

motivația

emoțiile

Compania Amazon

A fost fondată de Jeff Bezos

A fost înființată în 5 Iulie, 1994

Are o extindere globală majoră

Ideea inițială a fost o librărie online

Departamente: Electronice, îmbrăcăminte, cumpărături alimentare, beauty, casă și bucătărie, jucării

Departamentul principal responsabil cu vânzările cu amănuntul în mediul online

The Amazon logo, featuring the word "amazon" in a white, lowercase, sans-serif font. A thick orange arrow starts under the letter 'a' and curves under the letter 'z', pointing towards the right.

Baza de date

Chestionarul a
fost completat
de **602** persoane



352 femei **142** bărbați
(**58,47%**) (**23,59%**)

Vârsta respondenților a fost cuprinsă
între 12-67 ani

Public țintă: Clienții Amazon

**Perioada în care au fost colectate
răspunsurile** este lunie-Iulie 2023

Chestionarul a cuprins 21 de întrebări, printre care:

Cât de frecvent faci cumpărături de pe Amazon?

Frecvența achizițiilor a reprezentat un punct de plecare în înțelegerea tendințelor, dar și a factorilor care influențează procesul de realizare a unei achiziții.

Cat de des navighezi website-ul sau aplicația Amazon?

Frecvența navigării pe platformă a fost un indicator important al angajamentului utilizatorilor, oferind informații despre nivelul de interes și utilizare a serviciului.

Cât de mult te bazezi pe recenzii atunci când faci o achiziție?

Analiza feedback-ului consumatorilor a furnizat informații despre nivelul de încredere în recenzii și influența acestora asupra deciziilor de cumpărare.

Cum au fost analizate datele



Analiză generală

toate răspunsurile
din chestionar



Analiză pe categorii de vârstă

0-17 ani; 18-24 ani;
25-34 ani; 35-44 ani;
45-54 ani; 55-67 ani



Analiză în funcție de gen

genul feminin și
genul masculin



Analiză pe categorii de vârstă și gen

genul feminin și genul masculin
pentru categoriile de vârstă
12-34 ani și 35-67 ani

Datele au fost introduse și analizate în **Google Sheets**;

Pentru analiză, au fost folosite:

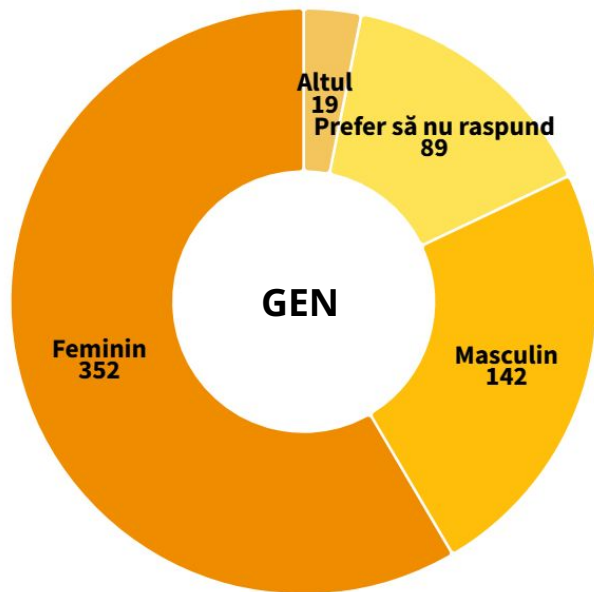
- formule precum **Average, Standard Deviation, Above Standard Deviation, Below Standard Deviation**
- **tabele pivot**, utilizând formule precum **COUNTA și AVERAGE**
- Formulele au fost folosite pentru a observa diverse lucruri precum: vârsta medie (average); aproximativ, cât de departe se află fiecare vârstă de medie (standard deviation); numărul total de răspunsuri de același tip (counta) etc.

Pentru **vizualizarea datelor**, au fost folosite **grafice**, atât pentru seturi de date individuale, cât și combinate, pentru o înțelegere mai clară a rezultatelor.

- Vizualizările au fost realizate atât în Google Sheets, cât și în Flourish.

Rezultatele analizei

Dintre cei **602 respondenți**, cei mai mulți au avut **genul feminin (58,47%)**.



Vârsta medie în cazul respondenților a fost de **30,7 ani**, iar pentru principalele categorii de gen a fost:

Gen feminin

30,8 ani

Gen masculin

29,1 ani

În ceea ce privește analiza generală, vârsta medie pe gen este destul de asemănătoare, diferența fiind de doar 1.7 ani. Totuși, în cazul unor întrebări din chestionar se vor observa diferențe mai mari, indicând preferințe mai clare în cazul femeilor sau al bărbaților.

Frecvența de navigare pe platformă

Respondenții de gen feminin tind să petreacă mai mult timp pe platformă. În ceea ce privește navigarea zilnică, acest răspuns a fost selectat de un **număr dublu de femei (14%)**, față de bărbați (7%).

15,32%



F. 12-34 ani

10,58%



F. 35-67 ani

3,57%

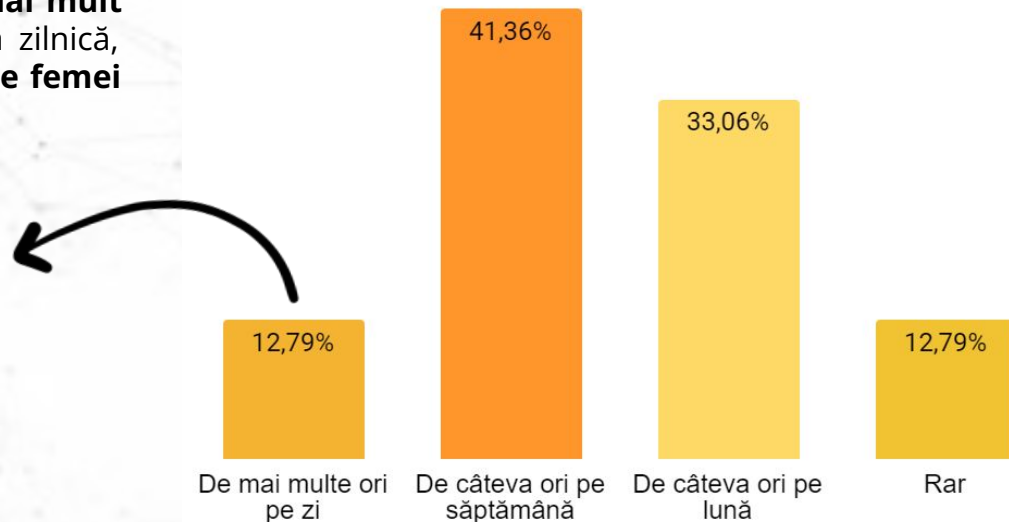


M. 35-67 ani

7,89%



M. 12-34 ani

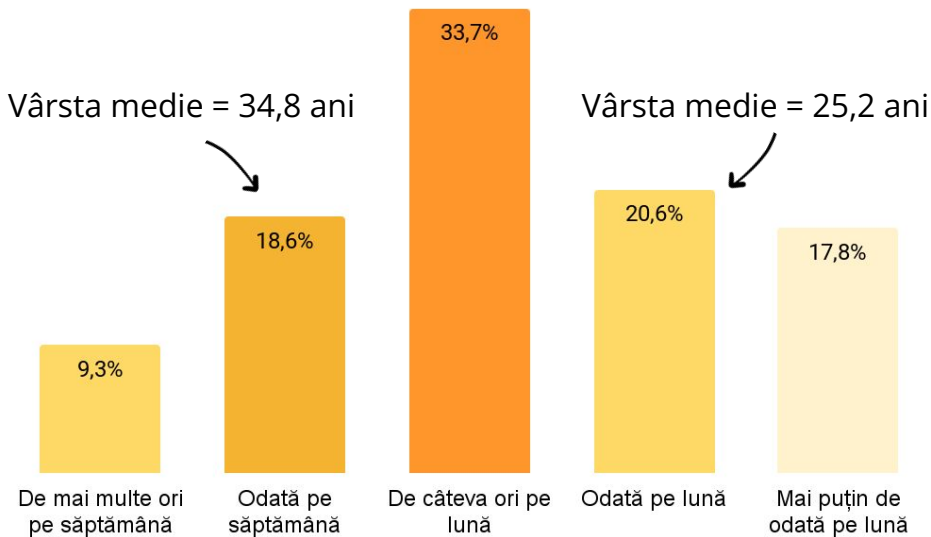


De asemenea, **respondenții din categoria de vârstă 12-34 ani au tendința de a naviga zilnic mai mult pe platformă, deși fac achiziții mai rar** decât categoria de vârstă 35-67 ani.

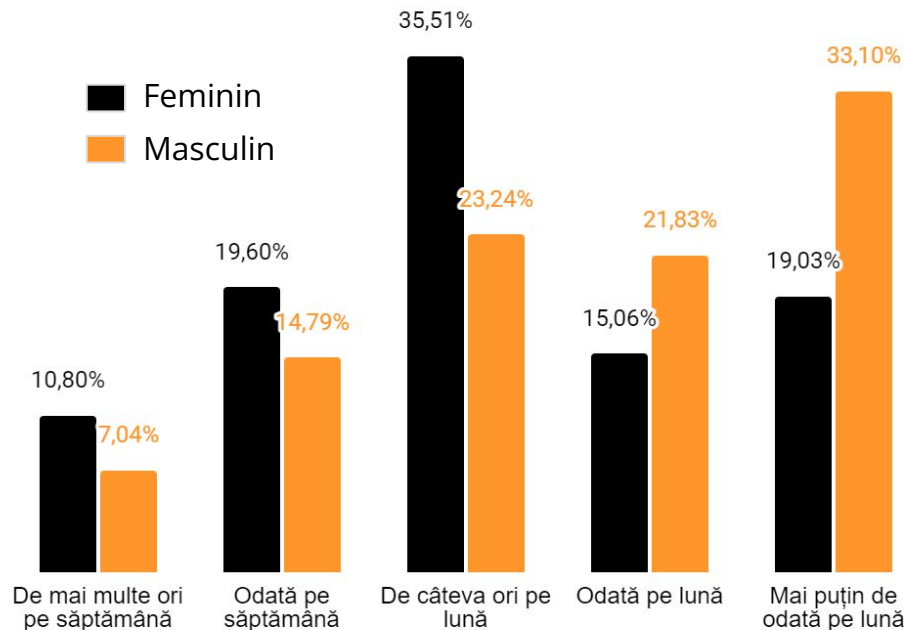
Frecvența achizițiilor

În cadrul analizei, am remarcat tendința respondenților de **gen feminin** spre **achiziții mai frecvente**, în cazul răspunsului “odată pe săptămână”, respondenții de gen feminin din categoria de vârstă 35-67 ani reprezentând **25% din total**, cu 8% mai mult decât orice altă categorie analizată.

Tinerii tind să facă achiziții mai rar. Pentru categoria de vârstă 12-34 ani, răspunsul “Mai puțin de odată pe lună” a ajuns la un procent de **26,21%** pentru femei și **39,47%** pentru bărbați, spre deosebire de **1,92%** pentru femei și **7,14%** bărbați din categoria de vârstă 35-67 ani.



Frecvența achizițiilor - general



Frecvența achizițiilor în funcție de gen

Metoda de căutare a produselor

Categorii Tastatură

37,04% 35,55%

Filtre Altceva

21,10% 6,31%

O mare parte dintre respondenții de gen **masculin** preferă folosirea tastaturii pentru a căuta produse pe platformă, cu **20% mai mult** față de a doua opțiune aleasă de aceștia. Astfel, putem spune că **bărbații tind să fie mai hotărâți** atunci când accesează o platformă de cumpărături.

Categorii Tastatură

26,06% 47,18%

Cele mai populare metode de căutare a produselor pe platformă sunt **categoriile** puse la dispoziție, dar și **tastatura**. Totuși, se poate observa că **persoanele din categoria de vârstă 12-34 ani preferă să folosească mai mult tastatura, în timp ce respondenții din categoria de vârstă 35-67 ani preferă folosirea categoriilor**. În special persoanele din categoria de vârstă 35-44 preferă folosirea categoriilor, în procent de 59,52%, față de 26,19% pentru tastatură și 8,33% pentru filtre.

Tastatură

43,15%



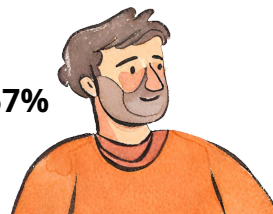
F. 12-34 ani

14,42%



F. 35-67 ani

28,57%



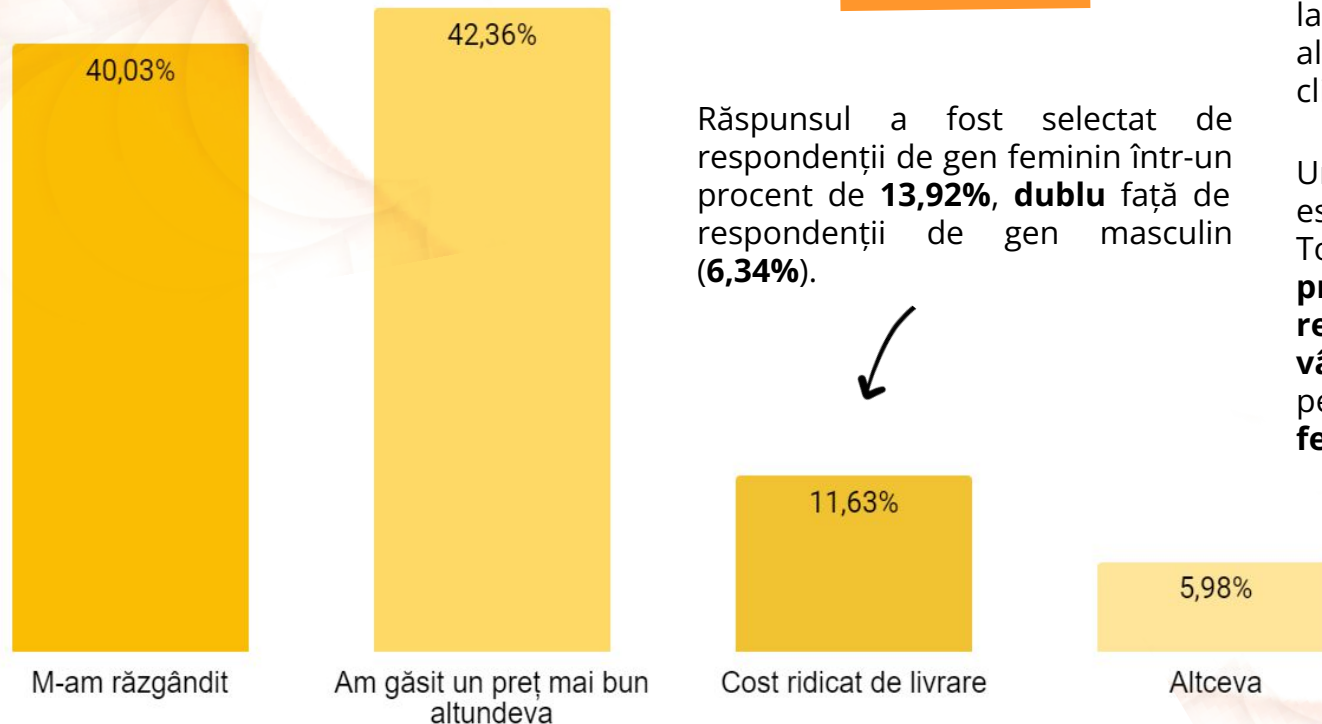
M. 35-67 ani

51,75%



M. 12-34 ani

Factori de abandonare a coșului de cumpărături



Unele dintre cele mai comune cauze pentru abandonarea coșului de cumpărături se referă la găsirea unui preț mai bun în altă parte, dar și la răzgândirea clienților.

Un alt factor pe care l-am analizat este **costul ridicat de livrare**. Totuși, acesta pare să fie o **problemă mai mare** pentru **respondenții din categoria de vârstă 12-34 ani**, dar în special pentru **toți respondenții de gen feminin**.

Bazarea pe recenzii în momentul unei achiziții

30,24% ← 
F. 12-34 ani

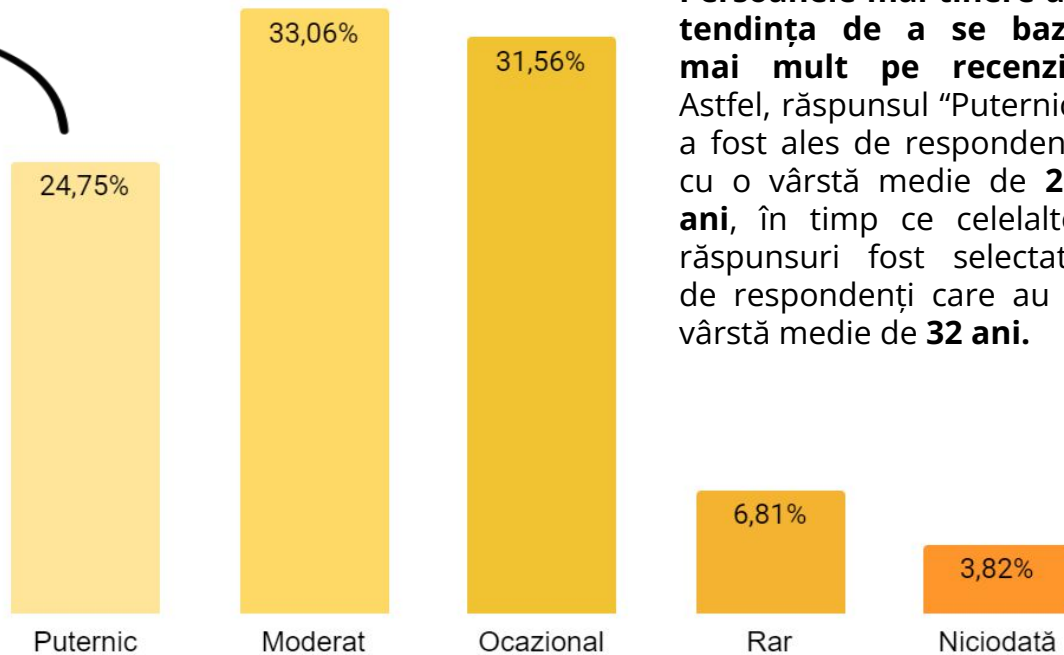
34,21% ← 
M. 12-34 ani

5,77% ← 
F. 35-67 ani

17,86% ← 
M. 35-67 ani

Din răspunsurile selectate de respondenți, am remarcat că **bărbații tind să se bazeze mai mult pe recenzii oferite de alți clienți**, față de femei. În acest sens, răspunsul "Puternic" a fost selectat de **31%** dintre bărbați și de **23%** dintre femei.

Persoanele mai tinere au tendința de a se baza mai mult pe recenzii. Astfel, răspunsul "Puternic" a fost ales de respondenți cu o vârstă medie de **26 ani**, în timp ce celelalte răspunsuri fost selectate de respondenți care au o vârstă medie de **32 ani**.

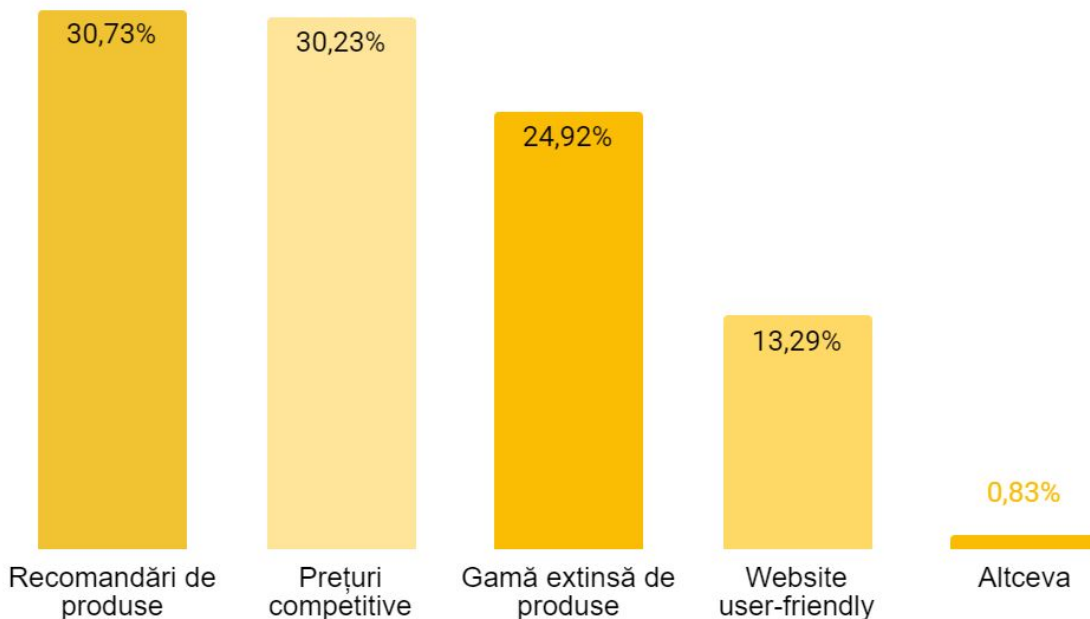


*procentul reprezentativ pentru răspunsul "Puternic"

Serviciile preferate oferite de Amazon

Recomandări de produse

au fost selectate de **31,82% dintre femei** și **23,24% dintre bărbați**. Respondenții din categoria de vârstă 35-67 au preferat **cel mai mult** acest răspuns, reprezentând un procent de **43%** din alegerea lor, față de **22%** pentru categoria de vârstă 12-34 ani.



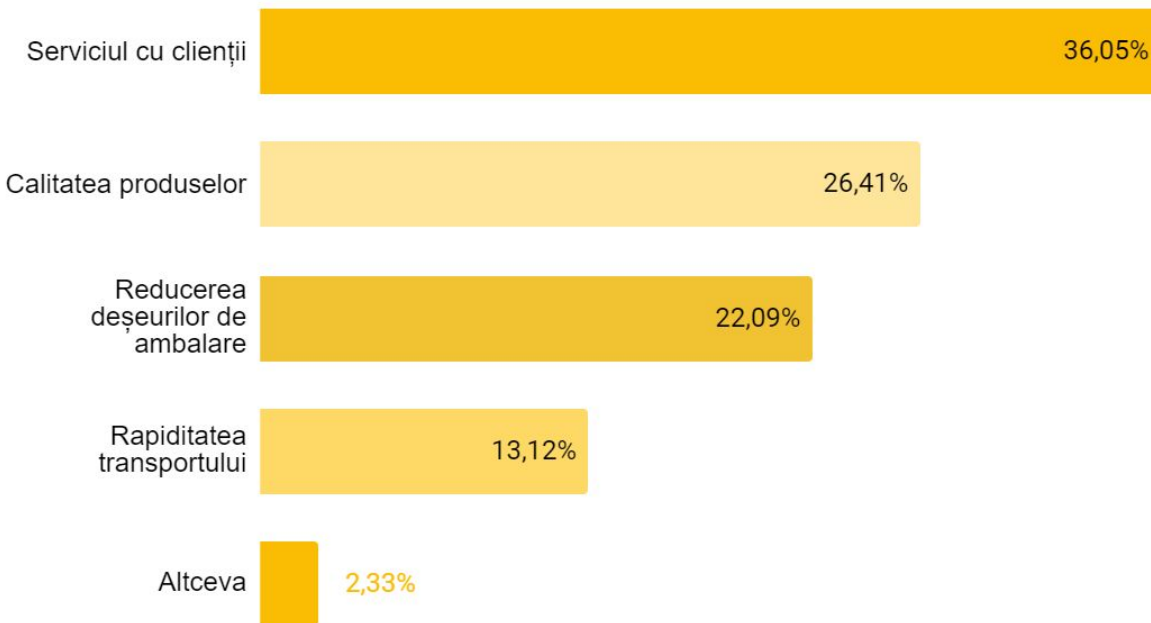
Gamă extinsă de produse

reprezintă un procent de **25% pentru femei** și **33% pentru bărbați**. Respondenții din categoria de vârstă 12-34 au preferat **mai mult** acest răspuns, reprezentând un procent de **33,5%** din alegerea lor, față de **16%** pentru categoria de vârstă 35-67 ani.

Website user-friendly

este **mai apreciat** de cei din categoria de vârstă 12-34, reprezentând **14,17%** din alegerea lor, față de **5,63%** pentru categoria de vârstă 35-67 ani.

Ce consideră clienții Amazon că poate fi îmbunătățit



Reducerea deșeurilor de ambalare

Gen feminin 25,57%

Gen masculin 15,49%

Rapiditatea transportului

Gen feminin 14,77%

Gen masculin 9,15%

Calitatea produselor

Gen feminin 24,72%

Gen masculin 32,39%

În urma analizei, am observat că **pentru femei este mai importantă reducerea deșeurilor de ambalare, dar și rapiditatea transportului**, în timp ce **pentru bărbați, calitatea produselor are nevoie de îmbunătățiri**. De asemenea, am remarcat că **timpul de transport este mult mai important pentru persoanele din categoria de vârstă 12-34 ani**, femeile alegând răspunsul într-un procent de **18,55%**, iar bărbații **11,40%**. Pe de altă parte, respondenții din categoria de vârstă 35-67 nu dau așa de multă atenție acestui aspect, femeile au selectat răspunsul într-un procent de **5,77%**, iar bărbații nu l-au selectat **deloc**.

Concluzii și recomandări

Studiul comportamentului consumatorilor poate fi foarte benefic, mai ales dacă sunt analizate informații cheie.

În acest sens, considerăm că o analiză de acest fel ar fi mai bună dacă ar exista și informații referitoare la **țara/regiunea din care provin respondenții, situația financiară a acestora, dar și nivelul de educație.**

Pentru mai multe informații interesante și statistici mai dezvoltate referitoare la comportamentul consumatorilor Amazon, vă sugerăm să citiți “**Amazon Consumer Behaviour Report**”, ediția 2021 și 2022, realizată de Feedvisor. Acestea sunt disponibile la:

https://s3.amazonaws.com/media.mediapost.com/uploads/2021_Consumer_Behavior_Report.pdf

<https://fv.feedvisor.com/rs/656-BMZ-780/images/2022-Amazon-Consumer-Behavior-Report.pdf>

Bibliografie



Menon, S. (2023). Amazon consumer Behaviour Dataset. Kaggle.

<https://www.kaggle.com/datasets/swathiunnikrishnan/amazon-consumer-behaviour-dataset/data>

Hoyer, W. D., MacInnis, D. J., Pieters, R., Chan, E., Northey G. (2018). Consumer Behaviour: Asia-Pacific Edition. Cengage Learning.

<https://books.google.ro/books?id=JRpSDwAAQBAJ&lpg=PR1&dq=importance%20of%20understanding%20consumer%20behaviour%20pdf&lr&hl=ro&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>

Website Amazon. <https://www.amazon.com/>

Mulțumim pentru atenție!



FACULTATEA
DE ȘTIINȚE POLITICE,
FILOSOFIE ȘI ȘTIINȚE
ALE COMUNICĂRII