



Del 3: Kundens Köpbeteende

Introduktion för Läraren

I denna del av kursen kommer vi att djupdyka i kundens köpbeteende, med specifik fokus på köpprocessen, marknadsföringsprocessen AIDAS, kundresan, inköpsprocessen, inköpsmatrisen och kundens köpmotiv. Dessa koncept är avgörande för att förstå hur kunder fattar beslut och hur företag kan anpassa sina strategier för att möta och överträffa kundernas förväntningar. Genom lektionerna kommer vi att utforska varje aspekt genom diskussioner, case studies och praktiska övningar för att ge eleverna verktygen att effektivt engagera och influera kunder.

Lektion 1: Köpprocessen

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnittet om köpprocessen.

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Introduktion till köpprocessens steg och dess betydelse. (10 min)
2. **Case Study:** Analys av en konsumentens köpprocess från behovsupptäckt till köpbeslut. (20 min)
3. **Gruppdiskussion:** Diskutera hur företag kan påverka konsumentens köpprocess vid olika steg. (20 min)
4. **Klassdiskussion:** Strategier för att effektivisera kundupplevelsen genom köpprocessen. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Case Study:

- Analysera en köpprocess för en produkt eller tjänst du nyligen köpt.
- Identifiera vilka faktorer som påverkade dig vid varje steg i processen.
- Diskutera hur företaget lyckades eller misslyckades med att påverka ditt köpbeslut.



Lektion 2: Marknadsföringsprocessen AIDAS

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnitt om AIDAS-modellen.

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Översikt av AIDAS-modellen och dess roll i marknadsföringen. (10 min)
2. **Individuell Uppgift:** Skapa en marknadsföringskampanj baserad på AIDAS för en hypotetisk produkt. (20 min)
3. **Presentation och Feedback:** Presentera din kampanj och få feedback från klasskamraterna. (20 min)
4. **Klassdiskussion:** Diskutera gemensamma framgångsfaktorer och fallgropar i kampanjer baserade på AIDAS. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Individuell Uppgift:

- Välj en produkt för din kampanj.
- Utforma en kampanj som leder kunden genom Attention, Interest, Desire, Action och Satisfaction.
- Var tydlig med hur varje steg i AIDAS-modellen adresseras i din kampanj.

Lektion 3: Kundresan

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnitt om kundresan.

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Kundresans steg och dess betydelse för företag. (10 min)
2. **Gruppuppgift:** Kartlägg kundresan för en vald produkt eller tjänst. (20 min)
3. **Rollspel:** Simulera kundresan med fokus på kritiska kontaktpunkter. (20 min)
4. **Reflektion:** Vikten av att förstå och optimera kundresan. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Gruppuppgift:

- Välj en produkt eller tjänst och identifiera de olika stegen i kundresan för denna.
- Diskutera hur varje steg i resan kan optimeras för att förbättra kundupplevelsen.



Lektion 4: Inköpsprocessen och Inköpsmatrisen

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnitt om inköpsprocessen och inköpsmatrisen.

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Översikt av inköpsprocessen och inköpsmatrisens roll. (10 min)
2. **Case Study:** Användning av inköpsmatrisen för att analysera en inköpsbeslutsprocess. (20 min)
3. **Gruppdiskussion:** Hur inköpsmatrisen kan användas för att influera företagsinköp. (20 min)
4. **Klassdiskussion:** Strategier för att positionera produkter och tjänster inom inköpsmatrisen. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Case Study:

- Välj ett företagsinköp att analysera.
- Använd inköpsmatrisen för att bryta ner beslutsprocessen och identifiera faktorer som påverkade inköpet.
- Diskutera vilka insikter som kan dras från denna analys för att förbättra försäljning och marknadsföring.

Lektion 5: Kundens Köpmotiv

Tid: 60 minuter

Förberedande Läsning: Avsnitt om kundens köpmotiv.

Lektionsinnehåll:

1. **Föreläsning:** Introduktion till olika typer av köpmotiv. (10 min)
2. **Grupparbete:** Identifiera och analysera köpmotiven bakom en specifik kundgrupps val. (20 min)
3. **Presentation:** Dela gruppens analyser och diskutera hur dessa motiv kan adresseras i marknadsföringsstrategier. (20 min)
4. **Klassdiskussion:** Vikten av att förstå och tillgodose kundens köpmotiv. (10 min)

Instruktioner till Eleverna för Grupparbete:

- Välj en specifik kundgrupp och diskutera vilka köpmotiv som är mest relevanta för dem.
- Analysera hur dessa motiv påverkar deras köpbeteende och beslutsprocess.
- Förbered en presentation