第三章 体育市场购买行为

**一、基础知识训练**

1.填空题

（1）体育市场购买行为是指体育消费者在购买体育产品或服务的过程中所呈现出的各种行为，它包括以下七个方面的内容：谁购买、买什么、为何买、 、

、 、 。

1. 按照体育消费者购买的目的或用途，可以将体育消费者市场分为 市场和 市场两大类。
2. 体育消费者购买行为类型一般可分为： 、 、 、 四种类型 。

（4）影响体育消费者购买行为的因素包括： 、 、 、 四个主要因素。

（5）体育消费者购买决策过程一般包括：确定需要、 、 、 、购后行为五个步骤 。

2.判断题

（1）体育消费者市场就是最终体育产品市场。（ ）

（2）就卖主而言，体育消费者市场是法人市场，而体育组织市场是个人市场。

（ ）

（3）品牌差异大、购买参与程度高的体育产品或服务一般表现为复杂性购买行为。（ ）

（4）当体育消费者参与程度低，了解各体育品牌和品种之间的差异，此时会产生寻求多样化的购买行为，如网球拍、运动鞋、篮球等。（ ）

（5）在影响体育消费者做出购买决策的诸多因素中，文化因素通常是最为主要的决定性因素。（ ）

（6）体育服务市场的本质是劳务的经营。（ ）

（7）体育消费者的所有购买行为都会按照次序经历问题确认、收集信息、方案评价、购买决策和购后行为五个步骤。（ ）

（8）一般来说，体育消费者的购后感受取决于消费者对该产品或服务的预期性能与实际感知性能的一致程度。（ ）

（9）体育消费者准备购买某产品时，在搜集信息阶段，来自家庭成员、亲朋好友、邻居、同事等信息资源对其影响最大。（ ）

（10）体育组织消费者的购买选择主要来自自身，其购买观念往往是“我需要的、我喜欢的和适合我的”。（ ）

3.单项选择题

（1）影响体育消费者购买行为的个人因素不包括（ ）。

A.年龄与生命周期阶段 B.职业 C.经济环境 D.亚文化

（2）家庭成员对人们购买行为影响颇大，家庭成员属于（ )。

A.基本群体 B.次要群体 C.向往群体 D.参照群体

（3）体育消费者购买行为的五个步骤中的第一步是（ ）。

A.问题确认 B.收集信息 C.方案评估 D.购后行为

（4）一个人的购买行为会受到四种主要心理因素的影响,这些因素不包括（ ）。

A.动机 B.后天经验 C.知识 D.信念与态度

4.多项选择题

（1）体育组织市场的类型主要有（ ）。

A.生产者市场 B.个人市场 C.政府 D.社团

（2）影响体育消费者购买力水平的因素主要有（ ）。

A.消费者收入 B.消费者支出

C.储蓄及存款利率的变化 D.消费者个性

5.简答题

（1）简述体育组织市场的特征。

（2）简述体育消费者市场的特征。

（3）体育消费者购买行为有哪些主要的类型，各有什么特点？

（4）影响体育消费者购买行为的因素主要有哪些？

**二、案例分析训练**

Linda是一位28岁的单身女性，上市公司白领，某天和办公室的几位姐妹聊天，大家讨论觉得每天公司和家里两点一线的生活实在太无聊了，没有什么业余生活，平时休息的时候就是玩手机，玩多了也没什么意思。大家都在想找点什么方式调剂一下枯燥的业余生活，有人提议可以去学烹饪，既能提高厨艺还能陶冶情操，有人提议可以做微商，既能打发时间还可以补贴家用。Linda觉得每天上班坐的时间很久，在家里也基本上是躺在沙发上，身材已经开始发胖走形，体质也不如以前了，她决定参加一些体育活动来锻炼身体和减肥塑形。由于自己对健身锻炼不了解，Linda开始在网上做攻略以及咨询自己的亲朋好友，最终在一位体育专业毕业的朋友的推介下，Linda选择了一家离家只有1公里的配有游泳池的健身俱乐部办理了会员卡，并购买了私教服务。通过近两个月的健身，Linda学会了游泳，成功减重8斤，身材比以前更好了，而且整个人精神状态非常好，还在健身房认识了一些同样热爱健身的朋友，平时也会和这些朋友相约一起参加其他户外活动。Linda觉得把时间和金钱花在健身上太值得了，并积极向办公室的其他同事推介去健身俱乐部锻炼。

【分析与探讨】

1. 结合以上案例，根据体育消费者购买决策的五个阶段，分析案例中Linda经历了哪些购买决策过程，分别体现在哪里？

**三、技能训练**

1.请针对以下不同体育消费者的购买行为设计推销话术，并分组展开模拟演练。

（1）顾客甲：男性，打算购买一双运动鞋，其属于理智型客户，对运动鞋的材质、品牌较了解，追求质优价美的产品。

（2）顾客乙：女性，想为其小孩购买一套运动服，喜欢讨价还价，在众多款式中犹豫不决，迟迟不能做出购买决策。

（3）顾客丙：男性，成功人士，平时应酬较多，有一定运动基础，打算购买健身私教服务。

（4）顾客丁：年轻单身女性，微胖，极少参加健身锻炼，拿着瑜伽馆开业酬宾的传单进店咨询瑜伽服务。