أولا: نموذج نيكوسيا (NICOSIA)

مثلNICOSIA تكوين سلوك المستهلك على شكل مخطط مكون من أربعة أجزاء هي:

* مصادر المعلومات والرسائل التي يتلقاها المستهلك من المنظمة والتي تؤثر على مواقفه.
* البحث عن البدائل وتقييمها.
* قرار (فعل) الشراء ويكون نتيجة التحول الحاصل في الدوافع.
* الأفعال والعمليات اللاحقة لاتخاذ قرار الشراء والتي تكون نتيجة للخبرات السابقة تجاه الماركة والتي حصل عليها من خلال عملية الاستخدام([[1]](#footnote-1)).

يساهم سلوك الشراء من جهته في زيادة معرفة المؤسسة لردود أفعال المستهلك ومعرفة المؤسسة لردود أفعال المستهلك نحو منتجاتها لذا فموقف المستهلك يمكن ان يصبح إيجابيا أو سلبيا إلا بعد شرائه المنتج.

الشكل رقم (3) نموذج نيكوسيا (NICOSIA)

المجال الأول

المجال الأول

البحث عن العلاقات التبادلة وتقييمها

خصائص المستهلك

خصائص

مصدر المعلومات

(المشروع )

التعويض للرسالة المحفزات (المنبهات)

المواقف

تعلم خبرة (تجربة)

المجال الثالث

تحويل الدوافع

إجراءات الشراء

اتخاذ القرار

سلوك الشراء

الاستهلاك والتخزين

المجال الرابع

المعلومات المرتدة

المصدر: محمود جاسم الصميدعي- بشير عباس العلاق، أساسيات التسويق الشامل والمتكامل، ص 54.

1. - محمود جاسم محمد الصميدعي وبشير عباس العلاق، **أساسيات التسويق الشامل والمتكامل**، الطبعة الأولى، دار المناهج، عمان الأردن، 2002.ص353. [↑](#footnote-ref-1)