Comportamiento de Compra

Nombre: _____

Fecha: _____

Puntaje: _____

1.

¿Qué significa segmentar clientes por comportamiento de compra?

1. Agruparlos según su edad y género.
2. Agruparlos según cómo, cuándo y con qué frecuencia compran.
3. Agruparlos según el lugar donde viven.

2.

Pedro siempre compra la misma marca de zapatillas. ¿Qué tipo de cliente es según su comportamiento?

1. Cliente leal
2. Cliente ocasional
3. Cliente de descuento

3.

Los clientes que solo compran un producto cuando está en oferta se llaman clientes de ____.

Respuesta: _____

4.

¿Cuál de estos NO es un criterio para segmentar clientes por comportamiento?

1. Frecuencia de compra
2. Lealtad de marca
3. Lugar de residencia
4. Ocasión de compra

5.

María va al supermercado y compra pan todos los lunes. ¿Qué variable conductual describe mejor esta situación?

1. Frecuencia de compra
2. Gasto promedio
3. Lealtad de marca

6.

La ____ de marca es el grado de preferencia que un cliente tiene hacia una marca en particular.

Respuesta: _____

7.

Un cliente que compra cereal una vez al año y sin preferencia de marca es un ejemplo de:

1. Cliente leal
2. Cliente ocasional
3. Cliente nuevo

8.

¿Qué grupo de clientes suele comprar más cuando hay promociones del tipo '2x1'?

1. Clientes leales
2. Clientes de descuento
3. Clientes nuevos

9.

Cuando una persona compra un producto por primera vez para probarlo, se dice que es un cliente de ____.

Respuesta: _____

10.

¿Cuál de los siguientes ejemplos refleja una alta lealtad de marca?

1. Carlos cambia de marca de detergente cada mes porque busca el más barato.
2. Ana siempre compra el mismo shampoo aunque cueste más caro.
3. Luis solo compra cuando hay descuentos y elige cualquier marca.

11.

La 'ocasión de compra' como variable conductual se refiere a:

1. Dónde compra el cliente.
2. Cuándo o por qué motivo compra (cumpleaños, fiestas, etc.).
3. Con qué frecuencia compra.

12.

Un niño que siempre pide la misma marca de galletas para su lonchera es un ejemplo de:

1. Segmentación por edad
2. Comportamiento de lealtad
3. Compra por impulso

13.

En segmentación conductual, la variable que mide cada cuánto tiempo compra un producto se llama ____ de compra.

Respuesta: _____

14.

¿Qué tipo de cliente compra con regularidad pero también cambia de marca si hay una oferta muy buena?

1. Cliente leal puro
2. Cliente ocasional
3. Cliente leal con sensibilidad al precio

15.

Un supermercado quiere identificar clientes que solo compran en Navidad. ¿Cuál variable conductual es más relevante?

1. Frecuencia de compra
2. Ocasión de compra
3. Lealtad de marca

16.

Los clientes que compran productos de lujo con alta frecuencia y son fieles a una marca se llaman clientes ____.

Respuesta: _____

17.

¿Cuál es la principal ventaja de segmentar por comportamiento en lugar de por demografía?

1. Es más fácil de medir.
2. Permite predecir compras futuras y personalizar ofertas.
3. Requiere menos datos.

18.

Una tienda de videojuegos observa que algunos clientes compran solo cuando sale un nuevo título. ¿Cómo clasificarías su comportamiento?

1. Compradores frecuentes por ocasión
2. Clientes leales de la marca de la consola
3. Clientes de descuento

19.

¿Qué variable conductual se relaciona más con el valor total que gasta un cliente en un período?

1. Frecuencia de compra
2. Gasto promedio por compra
3. Lealtad de marca

20.

Si una empresa decide enviar cupones solo a clientes que no han comprado en más de 3 meses, ¿qué segmento conductual está apuntando?

1. Clientes leales
2. Clientes inactivos
3. Clientes nuevos