

什么驱动了顾客契合行为？ ——形成机理分析与实证研究



研究成果：什么驱动了顾客契合行为？——形成机理分析与实证研究

作者：邵景波，张君慧，蔺晓东

发表于《管理评论》（2017年第29卷第1期）

传统的市场营销理论认为企业的价值创造过程发生在企业内部，顾客只是企业价值创造的被动接受者和享受者，属于企业价值创造的外生因素，因此，企业利润的增长主要依赖于顾客直接购买行为，即购买、重复购买和交叉购买行为。但是网络技术的高速发展催生了一系列新媒体的出现，使得顾客与企业之间的互动联系不再局限于传统的柜台交易，口碑（线上和线下）、推荐、帮助其他顾客、发表产品评论等顾客非购买行为对企业的影响不断增强，对这些因素的忽视可能造成顾客价值估算的重大偏误。随着顾客非购买行为受到的关注越来越多以及研究的不断深入，有学者于2006年提出了一个新的概念——“顾客契合”。

顾客契合是指顾客在具体服务关系过程中与其他利益相关者良好地互动并共创顾客体验时产生的一种心理状态，而这一互动过程中顾客在某些激发要素的驱动下对某一品牌或者厂商产生的非购买行为称之为顾客契合行为，主要有两种类型的行为表现：顾客在产品研发过程中的参与和顾客与其他利益相关者关于品牌和企业的交流。

顾客通过契合行为能够从三个方面提高企业利润。首先，顾客契合行为有助于提高顾客自身对品牌和企业的满意感和信任感，并改变其购买意愿。其次，顾客契合行为可以帮助企业改进现有产品和开发新产品。最后，顾客契合行为可以影响其他顾客对企业和品牌的感知，进而帮助企业获取新顾客。

顾客契合理论对企业实践具有重要的指导意义，但是目前关于顾客契合还有诸多问题亟需探讨，其中就包括对顾客契合行为形成机理的研究。不明机理，企业就无法清楚知晓驱动顾客契合行为的因素及其作用路径，就无法制定有针对性的营销手段以利用顾客契合行为获取顾客资源和提升企业价值。鉴于此，本研究引入扎根理论方法，梳理出驱动顾客契合行为的因素，在厘清各驱动因素间的关系的同时，找出这一过程中可能存在的中介因素和调节因素，在此基础上构建顾客契合行为形成机理概念模型，并采用问卷调查收集数据，以结构方程模型为工具对概念模型进行验证。

本文通过两个研究探讨了顾客契合行为的形成机理。为了厘清哪些因素驱动了顾客契合行为，

研究一通过焦点小组和深度访谈方法从顾客处获取第一手的资料；之后，遵循扎根理论方法中的开放式译码、主轴译码和选择式译码三个步骤对所获资料进行深入的分析、整理和归纳，通过对概念和范畴的提取确定顾客契合行为的维度和驱动因素，最后构建出顾客契合行为形成机理的初始模型。研究二对初始模型进行了可操作性简化得到概念模型，在此基础上采用问卷调查法和结构方程方法对概念模型进行了验证。

研究表明，顾客满意、顾客信任、社交需求、自我提升在顾客契合行为的形成中起到了驱动性的作用，顾客信任还在顾客满意及顾客契合行为间扮演了完全中介变量的角色，顾客年龄则在顾客信任、社交需求与顾客契合行为的关系中起到调节作用。该研究对顾客契合行为形成机理进行了有意义的探索，明确了顾客契合行为形成过程中的直接驱动因素、中介因素和调节因素，研究结果在丰富顾客契合领域理论成果的同时，对企业的营销管理实践具有一定的参考价值，为企业的顾客管理实践带来一定启示：

第一，提升企业产品（服务）质量。研究结果显示顾客满意和顾客信任在顾客契合行为形成过程中起到驱动性作用，顾客满意和信任的形成必定是建立在以往产品（服务）消费体验的基础上的。为了激发顾客的正面顾客契合行为，企业应该首先致力于不断提高产品（服务）核心质量和外围质量，促进顾客满意的形成。只有当顾客获得满意的购物体验时其才有可能对产品（服务）产生信赖，相信企业努力经营的诚意，顾客才会愿意也敢于向他人推荐企业的产品（服务），通过多种渠道进行正面的口碑传播，并且积极帮助其他顾客选购该企业的产品（服务）。

第二，塑造企业产品（服务）的社交属性。鉴于社交需求和自我提升的重要驱动作用，企业可以从两方面入手促进正面顾客契合行为的形成。首先，将产品（服务）包装成社会公众关心的公共话题，提高其社交属性。现阶段社交网络的广泛普及，加之智能移动通讯终端设备的高速发展，使得企业可以采取多种途径将产品（服务）推广为公众关注的社会谈资，有效提升品牌知名度。其次，围绕产品（服务）搭建社交平台。线上和线下社交平台不仅可以增进顾客间的交流，满足其社交需求，还可以为顾客提供互相帮助、展示自我的机会，满足其自我提升需求。

第三，针对不同细分顾客群指定相应的营销策略。不同年龄顾客在经济能力、消费理念和生活习惯方面有较大差异；不同性别、文化背景、职业、性格的顾客的契合行为表现和激发过程也可能不尽相同。所以，企业应该考虑对群体进行详细地细分，认清不同顾客群体的特点，进而有针对性地制定激发顾客契合行为的营销策略。

供稿：学科与科研管理办公室 编辑：姜娜 责编：曹文涛