

Agnieszka Dejnaka Magdalena Murzyn

Wyższa Szkoła Bankowa we Wrocławiu

Rekomendacje jako narzędzie wpływania na decyzje konsumentów

Streszczenie. Marketing szeptany to działania marketingowe, które mają na celu wywołać szum medialny wokół danego produktu przy niewielkim nakładzie finansowym i które wpływają na klientów w taki sposób, aby przekazywali oni kolejnym potencjalnym konsumentom informacje na temat produktów lub usług. Odmianą marketingu szeptanego jest marketing rekomendacji konsumenckich, który skupia się na reklamowaniu samego produktu, przez doświadczenie klientów z tym konkretnym produktem. Oba obszary są niezwykle ważne, biorąc pod uwagę stały rozwój Internetu oraz społeczności internetowych. W efekcie klienci w Internecie przekazują spontaniczne, a przede wszystkim wiarygodne rekomendacje, które zazwyczaj skutkują podjęciem decyzji zakupowych.

Słowa kluczowe: marketing szeptany, marketing rekomendacji, decyzje konsumentów, prosument, Internet

Recommendations as a tool of influencing consumers' decisions

Whisper marketing comprises marketing activities which are to create media buzz around a particular product at a small financial expense and to influence customers so that they pass the information about products or services onto another potential consumers. Consumer recommendation marketing as a whisper marketing variation focuses on advertising a product through customers' experience with a specific product. Both areas are vitally important taking into account a constant development of the Internet and Internet communities. As a result, customers on the Internet make spontaneous and credible recommendations which trigger marketing decisions about buying.