

Unter diesem Prozess versteht man die Art und Weise in der sich die Kaufentscheidung herausbildet.

Je nach Produkt und dem damit verbundenen individuellen Interesse unterscheiden wir hierbei [impulsive](#), [habituelle](#) und [extensive](#) Kaufentscheidungen.

Der Entscheidungsprozess durchläuft mehrere Stufen:

- **Problemerkennung** (interne oder externe Stimuli)
- **Informationssuche** (Nutzung interner und externer Informationsquellen)
- **Alternativenevaluierung** (man wägt die einzelnen Alternativen unter Nutzung des evoked-sets ab)
- **Kaufentscheidung**
- **Nachkaufevaluierung** (hier spielt die Produkterfahrung die entscheidende Rolle)