

**Znaczenie wiedzy o zachowaniach konsumentów  
dla tworzenia przekazu reklamowego  
dr Agnieszka Wiśniewska,**

Posiadanie wiedzy o postawach i zachowaniach konsumentów jest istotą marketingu, jednak kluczowym czynnikiem sukcesu konkurujących przedsiębiorstw jest umiejętne wykorzystanie tej wiedzy podczas projektowania i stosowania działań marketingowych. Jednym z obszarów, w których przydaje się znajomość postaw i zachowań konsumenckich jest reklama. Celem artykułu jest scharakteryzowanie procesów związanych z zachowaniem konsumentów oraz ich postaw i wskazanie na znaczenie posiadania wiedzy w tym zakresie dla zapewnienia skuteczności przekazu reklamowego. Artykuł przyjął formę przeglądu literaturowego.

**Słowa kluczowe:** reklama, zachowania konsumentów, postawa, lojalność, procesy decyzyjne

**Abstract - The importance of knowledge about consumer behavior for the  
creation of advertising**

Abstract: Having knowledge about consumer attitudes and behaviors is the essence of marketing but the key factor in the success of competing businesses is the skillful use of this knowledge when designing and applying marketing. One area in which knowledge of consumer attitudes and behaviors is useful is advertising. The purpose of the article is to characterize processes related to consumer behavior and attitudes and to indicate the importance of having knowledge in this area to ensure the effectiveness of the advertising message. Article assumed the form of literature review.

**Keywords:** advertising, consumer behavior, attitude, loyalty, decision-making