Петър Георгиев, 21741

**П**отребителското поведение, като дисциплина се занимава с изследването кога, защо, как и къде хората (потребителите) купуват или не конкретен продукт.
**Е**стествено е, с развитието на дигиталните технологии да се изучават поведението и преживяването на потребителите в Интернет среда. **Т**ези интернет потребители са основно млади хора на възраст до 30 години. **Ъ
Р**азлика в положителното потребителското преживяване в и извън интернет среда няма – и в двата случая положителното преживяване означава качество.

 **Г**олемият плюс на интернет средата е бързата динамика и гъвкавост. **Е**дин потребител може почти напълно да замени традиционните методи за ползване на стоки и услуги. **О**т особено важно значение е коректното отношение на един доставчик на стоки или услуги към своя потребител. **Р**азвитието на технологиите позволява на специалистите занимаващи се с създаване на незабравимо потребителско преживяване, да създават все по-успешно качествено такова. **Г**лавният проблем на традиционните начини за пазаруване и ползване на услуги е невъзможността да поддържат темпото на развитие на онлайн технологиите. **И**нтернет средата, предоставя набор от възможности (стоки, услуги, социални мрежи, форуми, търсачки и тн) за качествено потребителско преживяване и то на един клик разстояние.

**Е**дин от минусите на тази интернет среда е, риска напълно начинаещите да изпитат негативно потребителско преживяване поради незнание/неумение, което може да доведе до отказ от повторно онлайн преживяване. **В** заключение може да добавим, че до 2020 година се очаква "потребителското преживяване" да надмине "цена" и "продукт" като ключови фактори за диференциация между брандовете.