

Si ha un giudizio di conferma quando la Performance Percepita rientra in un intervallo intorno alla Norma, detto ZONA D'INDIFFERENZA<sup>11</sup>, questo probabilmente é quello che si attende un consumatore (evento usuale) dunque non desta particolare interesse e lascia la soddisfazione ad un livello medio. Quando invece la Performance Percepita cade al di fuori della Zona d'Indifferenza si ha una disconferma (positiva o negativa), questo evento probabilmente é inusuale per il consumatore pertanto cattura la sua attenzione ed eleva il processo di soddisfazione/insoddisfazione ad un livello più consapevole.

Un'estensione del Paradigma di Conferma/Disconferma include tra le determinanti della CS/D anche l'**Emozione**, dal momento che questa é causa della motivazione umana, influenza i processi di memorizzazione e quindi può avere degli effetti sul livello di soddisfazione/insoddisfazione. In particolare ci si riferisce all'emozione associata al consumo, intesa come un insieme di risposte emotive suscitate durante l'uso di un prodotto, la fruizione di un servizio o l'esperienza di consumo.

Un'altra determinante della CS/D é il **Prezzo Percepito** che include non solo il prezzo oggettivo che l'individuo deve pagare, ma anche tutti gli altri costi non-monetari che deve sostenere (come lunghe file d'attesa, disponibilità non immediata di un prodotto ed altro) per ottenere un dato prodotto/servizio.

Dal momento che l'attenzione alla CS/D é necessaria quando si vogliono mantenere relazioni commerciali già avviate o facilitare quelle future é importante tener conto della soddisfazione non solo dell'acquirente ma anche del venditore in quanto ci si indirizza verso la soddisfazione del cliente interno ed esterno. In tal senso é rilevante considerare oltre che la soddisfazione verso un prodotto/servizio anche quella interpersonale, in particolare ogni acquirente può confrontare la propria posizione rispetto a quella degli altri acquirenti, del partner dello scambio (il venditore o il produttore) e della concorrenza. Questa interpretazione della CS/D si basa sulla Teoria dell'Equità<sup>12</sup>.

Una definizione operativa di Equità é quella secondo cui il rapporto tra i risultati (Outputs) e gli sforzi (Inputs) di ciascuno dei partecipanti ad uno scambio deve essere proporzionale se la situazione é equa, tuttavia una tale definizione é applicabile solo nei casi in cui Outputs e Inputs sono facilmente quantificabili.

Un problema che si pone, oltre quello menzionato della valutazione di Outputs e Inputs, concerne la diversità delle parti impegnate in uno scambio, in tal caso si può fare riferimento alla Teoria della Giustizia Distributiva<sup>13</sup> e alla Teoria degli Stati di Aspettativa<sup>14</sup>, secondo cui ogni partecipante allo scambio elabora delle aspettative sul ruolo degli altri partecipanti e valuta la giustizia rispetto alle prestazioni degli altri.

I giudizi di equità/iniquità, formulati sulla base delle combinazioni degli Outputs e degli Inputs dei partecipanti allo scambio, influiscono sulla soddisfazione:

- direttamente, il che implica che gli Outputs e gli Inputs hanno interpretazioni intrinseche dell'equità e si traducono direttamente in giudizi di soddisfazione;

<sup>11</sup> L'ampiezza della ZONA D'INDIFFERENZA varia per ogni consumatore secondo il tipo di prodotto, la familiarità con esso, l'uso e così via.

<sup>12</sup> Elaine Walster; G. William Walster; Ellen Berscheid; *Equity: Theory and Research*, 1978, Boston, MA: Allyn & Bacon.

Guillermina Jasso; A New Theory of Distributive Justice, in "American Sociological Review", 45 (February) 1980, pp.3-32.

Michael R. Carrell; John E. Dittich; Equity Theory: The Recent Literature, Methodological Considerations and New Directions, in "Academy of Management Review", 3 (April) 1978, pp.202-210.

<sup>13</sup> Guillermina Jasso; Peter H. Rossi; Distributive Justice and Earned Income, in "American Sociological Review", 42 (August) 1977, pp.639-651.

<sup>14</sup> Joseph Berger; Thomas L. Conner; M. Hamit Fisek; *Expectation States Theory: A Theoretical Research Program*, 1974, Cambridge, MA: Winthrop Publishers.

Joseph Berger; M. Hamit Fisek; Robert Z. Norman; Morris Zelditch; *Status Characteristics in Social Interaction: An Expectation State Approach*, 1977, New York: Elsevier - North Holland Publishing Company.