**KLASA IIE**

Przedmiot**: Planowanie działań sprzedażowych i monitorowanie realizacji budżetu**

Nauczyciel: mgr Marta Winczowska

**Poniedziałek, 26.10.2020**

To co jest napisane kolorem niebieskim wpisujecie do zeszytu.To co kolorem czarnym - jest do poczytania w celu lepszego zrozumienia tematu.

No końcu znajduje się **zadanie**, które odsyłacie do dnia

2 listopada 2020 r.

Terminowość przesyłania prac ma wpływ na ocenę!!!!

Prace odsyłajcie na mojego maila, **oraz** na platformę Microsoft Teams (przetestujemy jak nam to działa, dlatego tym razem podwójnie ☺)

Zalogujcie się proszę na platformę TEAMS, na stworzoną tam przeze mnie grupę dla nas – informacja dla tych, którzy tego jeszcze nie zrobili.

**Uwaga!!!! Mam nowy adres mailowy!!!!!**

**n.m.winczowska@ptz.edu.pl**

**Stary jest nieaktualny!!!**

W temacie maila wpiszcie jak we wzorze:

KL. II E – Imię i nazwisko, np.

KL. II E – Jan Kowalski

Na naszym koncie na messengerze umówimy się na zaległy sprawdzian..

A zatem do dzieła!

**TEMAT: Analiza profilu psychologicznego nabywców indywidualnych.**

Cel przyjścia do sklepu jest zawsze taki sam. Jednak każdy kupujący dokonuje zakupów inaczej. Nabywcy różnią się bowiem od siebie wieloma cechami: płcią, wiekiem, osobowością, zamożnością czy przyzwyczajeniami. Prawidłowe rozpoznanie

typu klienta i dostosowanie do niego sposobu obsługi w procesie sprzedaży jest jednym z najtrudniejszych zadań sprzedawcy, ale pozwala spełnić oczekiwania konsumenta.

Podstawowe obowiązki klienta to:

- obowiązek zapłaty ceny za towar lub usługę,

- obowiązek odebrania zakupionej rzeczy.

**Wśród klientów możemy wyróżnić trzy zasadnicze grupy**:

- **klientów, którzy znają dokładnie swoje potrzeby i wiedzą, jak je zaspokoić** - takich klientów obsługuje się bardzo łatwo, gdyż już wcześniej wybrali towar, który chcą nabyć;

w przypadku braku tego towaru można zaproponować im produkt zastępczy, który nie zawsze ich zadowoli – mogą odmówić jego zakupu; przy obsłudze tej grupy klientów postawa sprzedawcy jest raczej bierna,

- klientów**, którzy znają swoje potrzeby, ale nie wiedzą dokładnie, jak je zaspokoić** (np. chcą kupić szampon do włosów, ale nie wiedzą, jaki będzie odpowiedni) – należy zaprezentować kupującemu asortyment i udzielić wyczerpującej informacji o towarze; przy obsłudze tej grupy nabywców sprzedawca powinien być aktywny,

**- klientów, którzy nie odczuwają konkretnej potrzeby** – są to osoby, które wchodzą do sklepu, aby przekonać się tylko, czy jego oferta jest interesująca; przy obsłudze tej grupy wymagana jest od sprzedawcy inicjatywa, cierpliwość i umiejętność prezentacji; takim klientom należy poświęcić dużo czasu; precyzyjne pytania pozwolą na określenie ich oczekiwań i być może zakup towarów.

**Ze względu na typ osobowości wyróżniamy klienta:** niezdecydowanego, zdecydowanego, niecierpliwego, rozmownego, przeciętnego, milczącego, pełnego zaufania oraz nieufnego.

1. **Klient niezdecydowany:**

- długo zastanawia się nad wyborem towaru,

- często zmienia opinie i decyzje,

- nie wie dokładnie, co chciałby kupić,

- boi się, że kupi coś niewłaściwego,

- wraca do domu, aby się zastanowić,

-zwraca towar bez uzasadnienia.

Sprzedawca, obsługując takiego nabywcę, powinien:

- wykazać dużo cierpliwości i wyrozumiałości,

- fachowo zaprezentować oferowane towary,

- dać czas do namysłu, pomóc w dokonaniu wyboru,

- nie stosować nacisku,

- pozwolić, żeby klient sam podjął ostateczną decyzję o zakupie.

1. **Klient zdecydowany** to najłatwiejsza do obsługi osoba, ponieważ:

**-** wie, co chce kupić,

**-** z reguły jest rzeczowy,

**-** pyta o konkretny towar,

**-** zna towar i jego cechy oraz korzyści związane z jego zakupem,

**-** umie szybko się zdecydować,

**-** w przypadku niespełnienia jego oczekiwań składa zdecydowane reklamacje

Sposób postępowania z klientem zdecydowanym polega na:

- ścisłej realizacji jego zamówienia,

- udzielaniu fachowych odpowiedzi,

- zagwarantowaniu szybkiej i miłej obsługi.

1. **Klient niecierpliwy (nerwowy):**

- spieszy się, ma mało czasu,

- jest niespokojny, próbuje ominąć kolejkę,

- ponagla innych kupujących i sprzedawcę,

- bywa nieuprzejmy bez powodu.

Chcąc jak najlepiej obsłużyć klienta nerwowego, należy:

- zachować spokój i opanowanie,

- być cierpliwym,

- nie dać się sprowokować.

1. **Klient rozmowny:**

- lubi dużo mówić, a nawet plotkować,

- próbuje nawiązać ze sprzedawcą dłuższą rozmowę,

- jest skłony do rozmów na tematy osobiste,

-wstrzymuje obsługę innych klientów,

- jest zazwyczaj przyjacielsko nastawiony i bardzo pogodny.

Sposób postępowania z klientem rozmownym polega na:

- wysłuchaniu, ale bez zaangażowania w rozmowę,

- konsekwentnym dążeniu do zakończenia zakupu poprzez rzeczową prezentację i wyjaśnienie sposobu użytkowania towaru.

1. **Klient przeciętny** to najczęściej spotykany typ kupującego, który:

- zwykle zna swoje potrzeby,

- zadaje precyzyjne pytania,

- nie wywołuje konfliktów.

Dla takiego klienta liczy się:

- fachowość,

- uprzejmość i życzliwość ze strony sprzedawcy,

- poważne potraktowanie przez sprzedawcę,

- zakup towaru dobrej jakości.

1. **Klient milczący (małomówny, cichy):**

- jest nieśmiały,

- niechętnie wypowiada swoje zdanie o towarach,

- jest małomówny,

**-** z reguły nie jest pozytywnie nastawiony do otoczenia,

**-** nie lubi natarczywego namawiania do zakupu.

Obsługując klienta małomównego, należy:

- unikać kategorycznych przeczeń,

- nie być natarczywym,

- zachęcić go do wyrażania swoich opinii,

- poświecić mu dużo czasu, zadawać pytania otwarte w celu nawiązania rozmowy sprzedażowej.

1. **Klient pełen zaufania** (np. dziecko lub starsza osoba):

- jest przekonany, że propozycja sprzedaży jest dla niego najkorzystniejsza,

- wierzy, że sprzedawca potraktuje go uczciwie i sprzeda towar dobrej jakości,

- nie ma swojego zdania,

- opiera się na fachowej radzie sprzedawcy.

Sposób postępowania z takim klientem polega na:

- życzliwej obsłudze, sprzedaniu towaru dobrej jakości,

- udzieleniu pomocy w razie potrzeby (np. przy pakowaniu towaru),

- niedopuszczeniu do nadużycia zaufania, gdyż spowoduje to utratę klienta, reklamację towaru lub wytworzenie złej opinii o sklepie.

1. **Klient nieufny** uważa, że w innym sklepie:

**-** kupi towar lepszej jakości i po niższej cenie,

**-** zostanie lepiej obsłużony

Przełamanie tej nieufności wymaga rzetelnej i cierpliwej obsługi. Taki wysiłek jednak się opłaci, ponieważ zdobycie zaufania osób z tej kategorii jest jednoznaczne z pozyskaniem stałych klientów i dobrej opinii o sklepie.

**Zadanie**

Przeanalizuj własne cechy charakteru. Podziel je na pożądane i niepożądane w zawodzie sprzedawcy. Przerysuj tabelę do zeszytu i wypełnij ją.

|  |  |
| --- | --- |
| Moje cechy charakteru | |
| Pożądane w zawodzie sprzedawcy | Niepożądane w zawodzie sprzedawcy |
|  |  |

Dziękuję ☺