

# KUPCI PO OSEBNOSTNUH LASTNOSTIH



# ZAUPLJIVI KUPCI

Vejo, da lahko od trgovine v kateri kupujejo izdelke kaj lahko pričakuje, vseh mu je zanesljivost. Ko si pridobimo takšnega kupca, je z njim lahko delati. Ostal bo zvest kljub morebitnim manjšim spodrslijajem.



# ODLOČEN KUPEC

Odločen kupec natanko ve, kaj hoče in koliko bi moral za kakšen izdelek plačati. Takšen kupec se na naš predlog hitro odloči, ali pa ga prav tako hitro zavrne. Prepričevati tako stranko, da smo večji strokovnjaki in naj nas zato posluša, je nespametno in nezaželeno.

# OMAHLIV KUPEC

Neodločna, omahljiva stranka večkrat ne ve, kaj pravzaprav sploh hoče. Zanima jo več različnih izdelkov, nobeden pa je ne pretegne toliko, da bi se zanjo z lahkoto odločil. Takšen kupec včasih spremeni svojo odločitev celo potem, ko smo že sporazumeli o nakupu. Zato je potrebno z njo imeti veliko potrpljenja. Takšna stranka ob nas pričakuje, da ponudimo več različnih nasvetov, pogosto pa tudi pričakuje, da ji pomagamo izbrati enega izmed njih.

# SKROMEN KUPEC

Takšni kupci se ponavadi zadovoljijo s standardno uslugo. Niso navdušeni nad modnimi novostmi, novimi storitvami. Delo z njimi ni naporno. Če se jim znamo prilagoditi, postanejo stalne in zanesljive stranke.

# OŠABNI KUPCI

Ošabni in domišljavi kupci je zavarovan vase. Uživa v svojem “prepoznavanju” postopkov in “prefinjenem” okusu. Prodajalcu hoče pokazati svoj prav. Če ji tega ne uspe, ga pogosti ponižuje. Zato je bolje, da prodajalec taki stranki ne govori ničesar, v kar ni povsem prepričan. Stranko mora pogosto hvali in ji laskati, nikoli pa ji ne sme dokazovati, da se le-ta moti. Priporočljivo je takšni stranki ponuditi kaj posebnega.

# JEZNI KUPCI



Nekateri kupci se hitro razjezijo, ali pa iščejo “strelovod” za svojo jezo, ki so jo že prinesli s seboj. Majhen spodrslijaj spremenijo v veliko napako in se nanj burno odzovejo. Prodajalec se na tako stranko nikar ne prereka, saj jo bo s tem še bolj razjezil. Do nje naj ostane dostojanstven, se ji vljudno opraviči, če je res storil napako. Pomaga, če pri tem utišamo glas, ter jo nagovorimo mirno in taktično ( nap.: “res je, prav imate, vendar...”). Če pazimo, da je stranka že ob prihodu jezna, lahko prijazen nasmeh in pomirjajoč nagovor storita čudež.

# KLEPETAV KUPEC

Takšni kupci nenehno govorijo o vsem mogočem, le o tem ne, kaj hočejo. Če jo prekrijete sredi pogovora ali ji pokaže, da vas njen samogovor ne zanima, bo hitro užaljena. Ne morete jo utišati, lahko jo čim bolj neopazno preusmerjate, da bo govorila o tem, kar vi želite. Za to je treba izkoristiti predah v njenem govorjenju.

Klepetavi stranki je zelo pomembno, da ima občutek, da jo poslušate. Od tega je največ odvisno, ali ste ji simpatični ali ne. Zato ji vse toliko časa prikimajte in s tem potrdite, da ji sledite. Tudi, če vas tema razgovora, ki jo narekuje stranka dolgočasí, ji tega nikar ne pokažite.



# MOLČEČI KUPEC

Nerad govori, zato ne mara vsiljivcev. To, da je molčeč, naj vas ne skrbi preveč. Nekateri stranke bi naše klepetanje motilo. Če bo stranka čutila potrebo po govoru, bo sama vzpostavila kontakt. Ko ji zastavljamo nujna vprašanja, naj bodo ta kratka, brez nepotrebne uvoda, jasna in konkretna. Takšne stranke tudi ne smemo sliti, naj se glede izdelka odloči na hitro.

# ŽIVČNI (NERVOZNI) KUPCI

Neprestano tarna, da nima časa in hoče biti takoj postrežen. Njihovo nestrpnost opazimo, ker se živčno prestopajo, pogosto pogledujejo na uro, vzdihujejo, ki se lahko "okuži" tudi druge stranke in osebe.

Prodajalec, ki prevzame tako stranko, mora ohraniti svoj mir in hladnokrvnost. Če ga stranka vpraša, koliko časa bo treba čakati, da pride na vrsto, naj ji raje pove raje še kakšno minuto več. S tako stranko je treba delati hitro, ji čim prej ustreči, jo med delom zabavati, da ne bo imela občutka, da je pri nas uporabila preveč svojega dragocenega časa.

# GROB KUPEC

To so neotesane, nevzgojene stranke, ki se običajno ne obnašajo tako samo pri nas, temveč tudi drugod. Prodajalec mora vedeti, da taka stranka nima nič proti njemu osebno, pač je nevzgojena.

Ker ima taka stranka “vedno prav”, pogosto tečnari brez razloga in grobo napada. Če prodajalec pri tem ostane miren, vljuden in objektiven, mu bo v večini primerov uspelo stranko pomiriti. Tudi najbolj nevzgojene stranke cenijo naše ugledno vedenje.