

# PSYCHOLÓGIA PREDAJA

3 predajné situácie

[www.euroekonom.sk](http://www.euroekonom.sk)

## Situácia

Pre svoje pozorovanie priebehu predajného procesu som si vybral tri typy predajných situácií:

1. predaj potravín v špecializovanej predajni bez samoobsluhy, pričom predajca je zároveň majiteľom tohto podniku,
2. predaj finančného produktu, teda sledoval som správanie sa finančného poradcu, ktorého úlohou je sprostredkovať klientovi najvhodnejšie portfólio finančných inštitúcií a nástrojov na zhodnotenie finančných prostriedkov klienta,
3. predaj odevu, konkrétne koženej bundy, predavačom a majiteľom stánku s odevmi na trhu - "blšáku".

Pri všetkých týchto situáciách som hodnotil štyri skupiny schopností a spôsobilostí predajcu:

- odborné (profesijné) znalosti,
- zvládnutie procesu predaja,
- komunikačné schopnosti,
- interpersonálne schopnosti.

Jednotlivé skupiny schopností som rozčlenil na niekoľko skúmaných faktorov, ako to možno vidieť na priloženej hodnotiacej tabuľke. Každému sledovanému faktoru som priradil bodové ohodnotenie zo škály 1 až 5, pričom 1 zodpovedá najslabšej úrovni zvládnutia faktora a číslo 5 hovorí o maximálnom zvládnutí faktora.

### **Predavač potravín v špecializovanej predajni**

Odborné znalosti predavača potravín boli vcelku na uspokojivej úrovni: vlastnosti produktov vo vlastnej predajni, ktorých je vzhľadom na jej veľkosť pomerne málo, poznal predavač takmer naspäť. Rovnako je to aj so znalosťami o firme, keďže je zároveň aj jej majiteľom.

Takmer rovnako vynikajúco je na tom so zvládaním procesu predaja. Každého zákazníka slušne pozdraví a pripojí milý úsmev. S ľahkosťou dokáže ukázať každý produkt, o ktorý zákazník prejaví záujem a každú jednu námietku zákazníka dokáže uspokojivo vysvetliť, pričom v prípade nezájmu na zákazníka netlačí a nechá rozhodnutie o kúpe, resp. nekúpe na ňom. Rovnako milo a slušne ako na začiatku sa so zákazníkom po skončení predajného rozhovoru rozlúči.

Z vyššie uvedeného vyplývajú vysoké interpersonálne schopnosti predavača. Takmer dokonale chápe individuálne potreby zákazníka a dokáže ich v rámci svojho sortimentu uspokojiť. Jeho tvári vládne úsmev pri komunikácii s každým zákazníkom, či už je stály alebo neznámy, a to i v prípade, ak sa zastaví kúpiť si čokoládu za 6 korún. S každým zákazníkom vytvára dlhodobý partnerský vzťah, keďže prevažnú časť klientely tvoria obyvatelia ulice a jej okolia, na ktorej sa predajňa nachádza. Svojím zákazníkom sa zdraví i mimo predajne a času predaja rovnako srdečne a to i v prípade, ak sa zákazník u neho neukáže i pol roka.

Na vysokej úrovni sú i jednotlivé faktory verbálnej komunikácie. Trochu slabšie je na tom s odpoveďami na otázky zákazníkov, ktorí majú záujem o produkty, aké vzhľadom na veľkosť sortimentu predajne nemôže predavač ponúknuť. Zvládnutie jednotlivých faktorov neverbálnej komunikácie ukazuje tabuľka - opäť len najvyššie ohodnotenia.

## Finančný poradca

Finančný poradca vykazoval podľa predpokladu vysoké znalosti o svojej firme a ponúkaných produktoch. Jeho odborný slovník bol však až príliš odborný: klient, ktorý sa v oblasti financií nevyzná, mu často nemusí rozumieť.

Predajný rozhovor otvoril otázkou, odkiaľ sa klient dozvedel o danej firme. Nemyslím, že je to vhodný úvod, najmä pre nesmelého klienta, ktoré takto môže "odstrašiť". Štýl prezentácie vrátane popisu produktu pre klienta - laika bol dosť povrchný a uzavretie rozhovoru opäť pre nerozhodného klienta dosť chladné.

Slabé ohodnotenie získal predajca pri interpersonálnych schopnostiach. Už spomínaný "chlad" ovládal každú jednu rovinu - nezdalo sa mi, že rozumie, čo vlastne chcem a srdečnosť, ako i úsmev sa mi zdali hrané a neúprimné.

Svoje myšlienky, ako som už spomenul, formuloval dosť nezrozumiteľne a neúplne aj pre študenta ekonómie. Ako sa potom má cítiť klient, ktorý sa v tejto oblasti vôbec nevyzná? Na jednoznačne a pochopiteľné otázky som dokonca i po ich viacnásobnom položení nedostával pochopiteľnú, jednoznačnú a úplnú odpoveď.

Neverbálnu komunikáciu zvláda sprostredkovateľ priemerne. Jeho kamenná tvár s neúprimným úsmevom a očami neustále upretými do tváre klienta spolu s priam nehybným telom a rukami zvädza, ako som už uviedol, k nedôvere. Jediným jednoznačne kladne ohodnoteným faktorom je bezchybný zovňajšok, čo je pri povelaní finančného poradcu samozrejmosťou.

## **Predajca odevov na trhu**

Predajca odevov prejavil vcelku uspokojivú znalosť predávanej koženej bundy, i keď ako zákazník som mal dojem, že je len predstieraná. Slovník bol pomerne jednoduchý, čo je vzhľadom na prostredie, klientelu a kvalitu ponúkaných produktov pochopiteľné.

Predajný rozhovor otvoril srdečným pozdravom a ochotou, ktorá sa zdala až prehnaná. S rovnakou ľahkosťou a usilovnosťou prezentoval produkt, porovnával ho s inými a na každú otázku či námietku našiel odpoveď veľmi pohotovo, prakticky ich všetky "zmietol". Toto zvládanie námietok budí dojem, že mu išlo len o čo najrýchlejšie "upokojenie" zákazníka.

Napriek jeho prehnanej otvorenosti a srdečnosti, ktorá je jednoznačne hraná, sa mi zdalo, že ho ani nezaujímali moje vlastné potreby. Skôr mal záujem prispôbiť ich svojim produktom a presvedčiť ma, že práve tie potrebujem. Týmto rýchlym a povrchným štýlom prezrádza, že mu nejde o vytváranie akého dlhodobejšieho vzťahu so zákazníkom, ale čo najvýhodnejší jednorazový obchod.

Hodnotenie verbálnej komunikácie je vcelku uspokojivé, až na spomínané odpovede na námietky a kompletnosť podaných informácií. Jednotlivé prvky neverbálnej komunikácie používal až príliš, čo nie je veľmi prijateľné. Jeho neformálny zovňajšok zodpovedal prostrediu a typu predajne.

## **Porovnanie hodnotení sledovaných predajných situácií**

Bodové ohodnotenie každého skúmaného faktora, ako i súčet bodov pre jednotlivých predajcov ukazuje priložená hodnotiacia tabuľka. Najvyšší počet bodov (99) získal predavač potravín v špecializovanej predajni bez samoobsluhy a rovnakom duchu sa nesie i moje verbálne ohodnotenie jeho práce. Jedným z dôvodov môže byť i vysoká motivácia predajcu, keďže je vlastne majiteľom predajne, ktorá je jeho hlavným zdrojom obživy.

Z toho dôvodu nasleduje na druhom mieste predajca odevov na "blšáku". Jeho ohodnotenia jednotlivých skúmaných skupín hodnotených faktorov sú o niečo slabšie (83 bodov), no i napriek tomu vykazuje vo svojej oblasti prijateľný úspech.

Na poslednom mieste s počtom bodov 64 sa umiestnil finančný sprostredkovateľ. Jeho slabé miesta ukazuje tabuľka - ide predovšetkým o slabé interpersonálne schopnosti, nedostatočné využívanie reči tela a trochu slabšia zrozumiteľnosť pre neinformovaných klientov.

[www.euroekonom.sk](http://www.euroekonom.sk)