

# PSYCHOLÓGIA PREDAJA

Sebareflexia

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

## *1. na začiatok*

V úvode mojej "spovede" sa musím priznať, že keď som nahrával záznam troch predajných situácií, netušil som, koľko vedy sa skrýva v jednom, čo i len krátkom predajnom rozhovore. Až teraz, keď mám už podstatne širšie spektrum vedomostí o psychológii predaja, si uvedomujem, že som sa nevedome dopustil niekoľkých závažných chýb.

## *2. situácia*

Otec má záujem kúpiť pre svoje približne 10 ročné dieťa akvárium so štrkom, rastlinami, rybkami a vizuálne príťažlivými prvkami (kamene, drevo z močiara). Otec nikdy nechoval ryby, nemá preto vedomosti o tejto oblasti. Akvárium chce pre svojho syna k narodeninám. Predavač mu ponúka klasické brakické sladkovodné akvárium s jednoduchou údržbou a pestrými nenáročnými rybkami.

## *3. osobnosť môjho zákazníka*

V prípade môjho zákazníka sa jednalo o otca, člena rodiny nachádzajúcej sa v štádiu životného cyklu rodiny s názvom Plné hniezdo II. Bol to expresívny zákazník, ktorý konal priateľsky a ľahko nadviazal rozhovor a vyslovil svoje želanie, zdôveril sa. Jeho rozhodnutie bolo rýchle, mal niekoľko doplňujúcich otázok s cieľom kúpiť prvú ponúknutú alternatívu.

## *4. trochu persuázie*

Usúdil som, že zákazník je schopný, ochotný a pripravený byť presvedčovaný, pretože mal voľné zdroje a kompetencie kúpiť môj produkt, a nemal odpor k uskutočneniu kúpy.

## *5. predaj môjmu zákazníkovi a prevencia reklamácie*

Práve z uvedených dôvodov som zvolil taktiku, ktorá uspokojí expresívneho zákazníka: vysvetlil som mu základy údržby a prevádzky akvária (rád počúva názory, nápady, menej už fakty) a nezabudol som pripomenúť, že takýto typ akvária uprednostňuje väčšina začiatočníkov (rád je členom skupín, je spoločenský). Prevencia reklamácií bola v tomto prípade namieste, pretože náročnejšie akváriá si vyžadujú náročnejšiu údržbu, takže v prípade

zanedbanej starostlivosti dochádza k úhynu drahých rýb a následným reklamáciám.

## *6. ako som získal objednávku?*

Vzhľadom na to, že sa jednalo o osobný predaj v maloobchodnej akvaristickej predajni a expresívneho zákazníka, ktorý bol oboznámený s produktom a bol presvedčený, že akvárium s príslušenstvom môže a chce kúpiť, zvolil som priame požiadanie na získanie objednávky.

## *7. čo som spravil dobre?*

- Na začiatku rozhovoru som kládol otázky smerujúce k zisteniu vedomostí otca a k jeho dôvodom nákupu
- Podarilo sa mi empatizovať do otcových starostí a potrieb
- Uplatnil som princípy aktívneho načúvania, najmä kladením otázok, navodením pocitu dôvery a aplikovaním empatie
- Na konci predajného rozhovoru som zákazníkovi prisľúbil pomoc v poradenstve, prípadne pri kúpe doplnkov či krmiva

## *8. chyby, ktorých som sa dopustil (a ktoré ma fakt zlostia)*

- Vo svojej prezentácii som používal veľa odborných výrazov
- Moje vysvetľovanie zahŕňalo veľa informácií a rýchlosť reči bola vysoká, nad hranicou vnímateľnosti laickým poslucháčom, zákazníka som prestal zaujímať
- Oteckovi som nedal čas na rozmýšľanie, netoleroval som ticho
- Bol som netrpezlivý v počúvaní, to bola chyba môjho efektívneho načúvania
- Zbytočne som expresívneho zákazníka oboznamoval s faktami a podrobnosťami

## *9. epilóg*

Chyby, ktorých som sa dopustil vo svojej predajnej situácii v roli predajcu boli v tomto fiktívnom prípade zanedbateľné. Uvedomujem si však, že v reálnej situácii by mohli znamenať stratu kontraktu, ba možno že aj môjho zákazníka.

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