

# **Jak v prodeji motivovat zákazníka, ale také sebe**

Martin Suder, BA (Hons)

Seminář ŽKČOO

# Motivace

- Motivace je vnitřní pohnutka, která podněcuje člověka k nějakému jednání.
- Může být aktivována vnitřně (sebemotivace) nebo z vnějšího prostředí.
- Pozitivní a negativní motivace.

# Motivace

- V čem chceme zákazníka motivovat?
- Co je motivací pro optika?
- Prodejní strategie win – win

# Prodejní technika

- Verbální komunikace
  - Orientace na zákazníka
  - Pozitivní vyjadřování
- Neverbální komunikace
- Motivace (zákazníka i vlastní)
- Vlastní emoce a rozpoložení
- Postoj: JÁ jsem OK, TY jsi OK

# Zastaralé prodejní techniky

Negativní pohled zákazníků na prodejce – vtíravost, vypočítavost, prodat za každou cenu...

- Presentace produktu
- Upovídanost
- Přehnané nadšení
- Prodej za každou cenu

# Prodejní techniky „s otazníkem“

Prodejní techniky, které stále mají své zákazníky, je třeba je však používat opatrně a s rozmyslem.

- Smlouvání
- Sleva
- Něco navíc

# Moderní prodejní techniky

Prodejní techniky zaměřené na potřeby zákazníka, na zvyšování jeho vlastní motivace ke koupi.

- Metoda SPIN
- Metoda AIDA

# Prodejní metoda SPIN

Podstatou je rozklíčování zákaznických problémů, uvědomění si jich a jejich vyřešení k jeho i vaší spokojenosti.

Princip je v použití sledu otázek:

- Situační otázky
- Problémové otázky
- Implikační otázky
- Nelze nekoupit

Až poté následuje prezentace řešení nebo produktu



# Prodejní metoda SPIN

## Situační otázky

- Získání přehledu o situaci
- Prolomení počáteční komunikační bariéry
- Získání podkladu pro problémové otázky
- **KDO? KDE? KOLIK? JAK?**

# Prodejní metoda SPIN

## Problémové otázky

- Odhalují zákazníkův problém
- Uvědomění si problému (příp. zveličení)
- Příprava pro prezentování produktu
- Pozor na „střílení naslepo“ (nedostatečná informace ze situačních otázek)

# Prodejní metoda SPIN

## Implikační otázky

- Vedou k tomu, aby zákazník problémem řešil
- Upozornění na následky, pokud jej nebude řešit
- Naznačit, že známe řešení a vzbudit zájem.
- Vhodné je přiblížit zákazníkovi příklad z praxe.

# Prodejní metoda SPIN

## **Nelze nekoupit – nabídkové otázky**

- Zde si zákazník plně uvědomuje svůj problém
- Ptáme se tak, aby si zákazník odpověděl, co by mu řešení problému přineslo.
- Klademe otázky tak, abychom mohli reagovat nabídkou.

# Prodejní metoda AIDA

Je velmi využívána v oblasti reklamy, avšak dá se dobře uplatnit při prodeji novinek, módního zboží apod.

Jde o metodu postupného, stupňovitého působení propagace.

- Attention (pozornost)
- Interest (zájem)
- Desire (touha)
- Action (akce)

# Prodejní metoda AIDA

## **Attention (pozornost)**

- Reklama
- Umístění produktu nebo informace v prodejně, ve výloze
- Upozornění na produkt

# Prodejní metoda AIDA

## **Interest (zájem)**

- Krátká informace o klíčových jedinečných vlastnostech produktu
- Cílem je vzbuzení zájmu

# Prodejní metoda AIDA

## **Desire (touha)**

- Detailnější představení jedinečných výhod
- Jaké výhody to má pro zákazníka
- Cílem je vzbuzení touhy vlastnit tento produkt



# Prodejní metoda AIDA

## **Action (akce)**

- Podání nabídky
- Informace, kdy může být produkt jeho.

# Moderní prodejní techniky

Prodejní techniky zaměřené na potřeby zákazníka, na zvyšování jeho vlastní motivace ke koupi.

- Metoda SPIN
- Metoda AIDA

## Závěr

„Dobrý obchod je takový, kde jsou spokojeni všichni zúčastnění.“

- Tomáš Baťa