

Evaluarea nevoilor și informarea clientului

Modulul – Etică și comunicare profesională
Cls a X-a - Comerciant vânzător, domeniul Comerț
Prof. Nicoleta Negoianu
Colegiul Economic Costin C Kirițescu



Evaluarea nevoilor și informarea clientului



Evaluarea nevoilor și informarea clientului

Categorii de nevoi ale clientului

```
graph TD; A[Categorii de nevoi ale clientului] --> B[Declarate]; A --> C[Ascunse];
```

Declarate

- Exprimare în mod direct de client;
- clientul dă indicații cum dorește să fie produsul sau serviciul.

Ascunse

- Sunt neconștientizate, neconturate sau protejate din diferite motive

Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- Criteriile de evaluare ale clientului - etape

Conștientizarea nevoii

- Procesul de cumpărare începe de la conștientizarea lipsei unei satisfacții declanșată fie de stimuli interiori, fie indusă din exterior.

Culegerea informațiilor

- Clientul obține informațiile în mod pasiv – din mass-media, de la cunoștințe și prieteni, sau în mod activ – citind publicații de specialitate, discutând cu experți vizitând magazinele, solicitând oferte.

Criterii de evaluare

- Clientul prelucrează informațiile și obține o imagine ideală a mărcii preferate în funcție de care face alegerile.
- În acest sens, elaborează criteriile de evaluare a produselor sau serviciilor pe care intenționează să le cumpere.

Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- **Teoriile care formulează principiile ce trebuie să stea la baza unei vânzări**

Teoria

”stimul-răspuns”

- Indică faptul că, pentru a obține un răspuns pozitiv din partea clienților, lucrătorilor comerciali trebuie să găsească stimulii corecți care să motiveze în mod real.

Teoria

”problemă-rezolvare”

- Lucrătorii comerciali trebuie să descopere și să înțeleagă nevoile clientului, prezentându-le marfa potrivită.
- Cheia succesului este abilitatea vânzătorului de a selecta marfa potrivită.

Teoria

”pașilor mici”

- Cunoscută ca și formulă de vânzare, se bazează pe identificarea etapelor pe care clientul le parcurge până a lua decizia de cumpărare: atragerea atenției, suscitarea interesului, provocarea dorinței, declanșarea acțiunii de cumpărare.

Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- Clasificarea clienților

1. În funcție de nivelul la care se realizează vânzarea:

Clientul individual

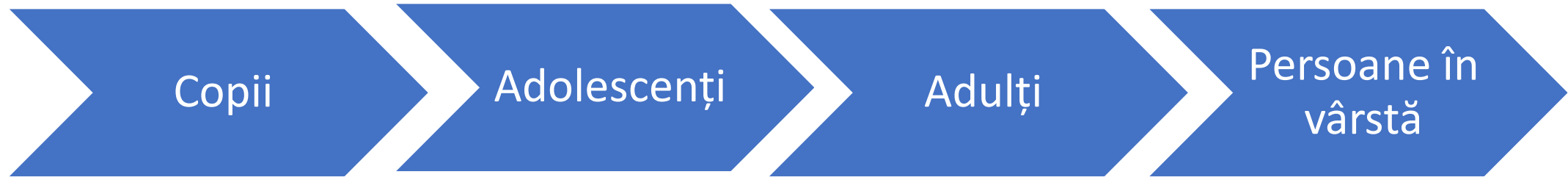
- Are capacitatea de a avea preferințe, fără de care n-ar putea lua decizii;
- Nu își definește în mod riguros criteriile de cumpărare și adesea nu știe precis de ce dorește un anumit lucru;
- Criteriile de cumpărare sunt ordonate după importanța pe care le-o acordă în funcție de anumite priorități.

Clientul organizațional

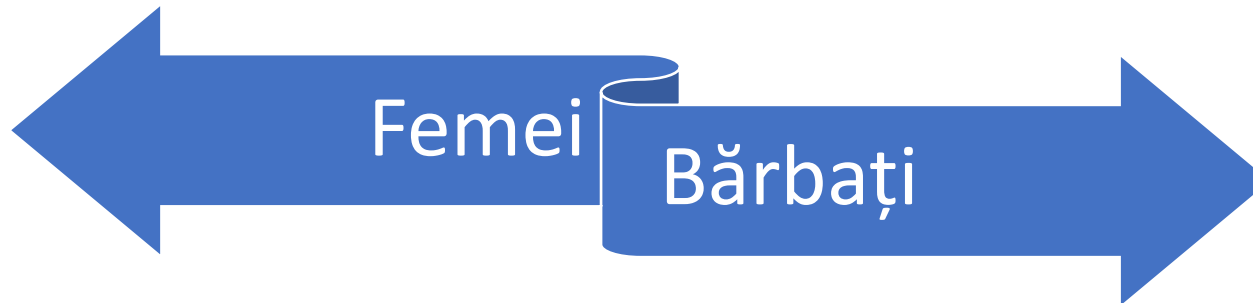
- Elaborează specificația de produs – document care exprimă nevoile reale ale firmei și este rodul colaborării mai multor categorii de personal;
- Desfășoară o activitate bine structurată și complexă de identificare și de definire a criteriilor de cumpărare;
- Transmite specificația furnizorului potențial, primind de la aceștia oferte care pot fi comparate și negociate.

Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- 2. În funcție de vârstă

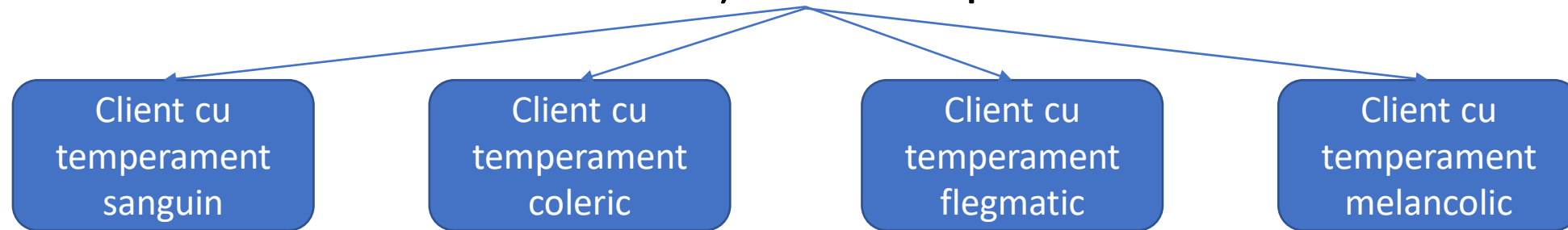


- 3. În funcție de sex:

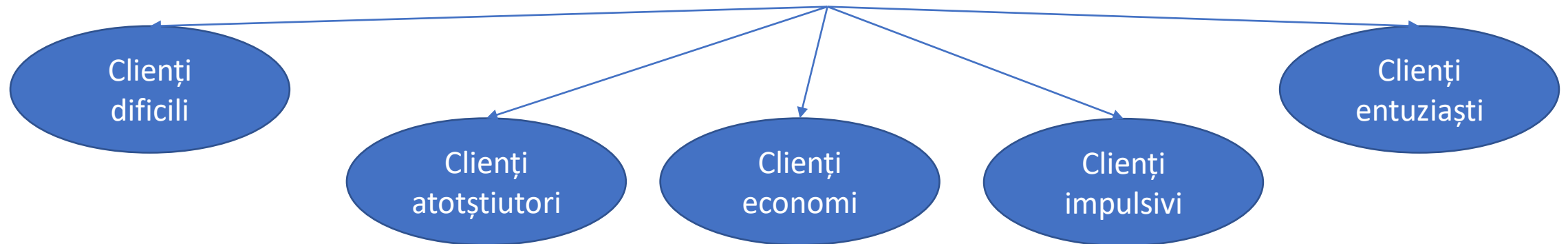


Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- 4. În funcție de temperament

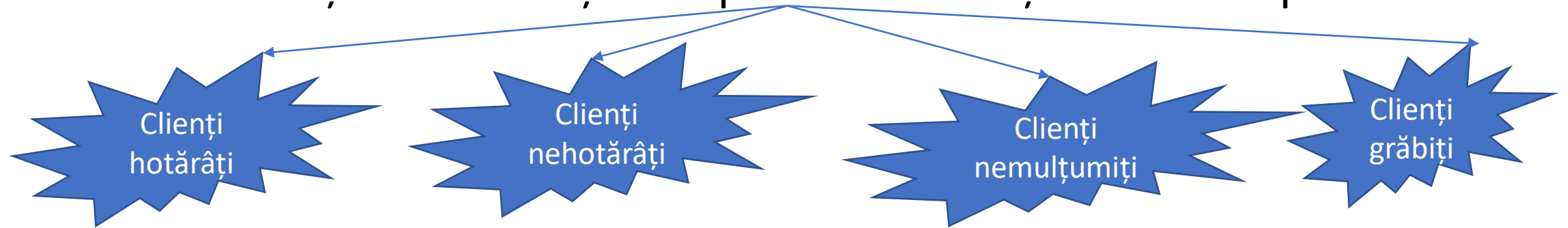


- 5. În funcție de caracter/ profilul psiho-moral al personalității

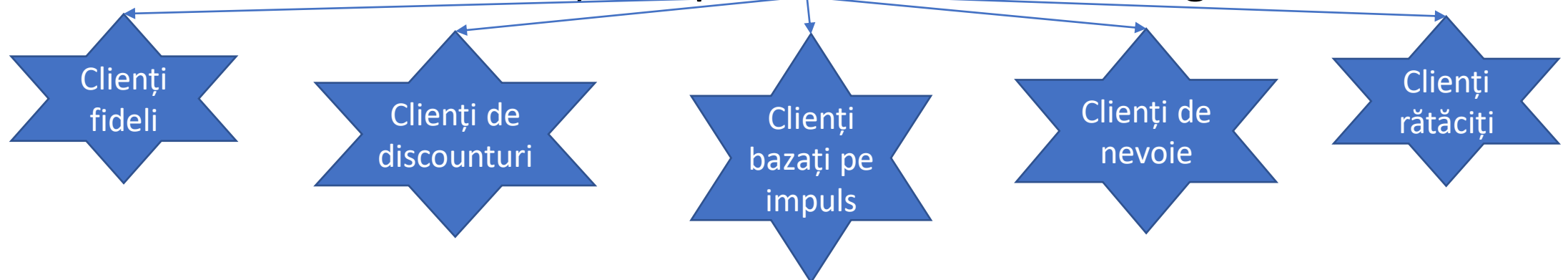


Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- 6. În funcție de cunoașterea precisă a intențiilor de cumpărare

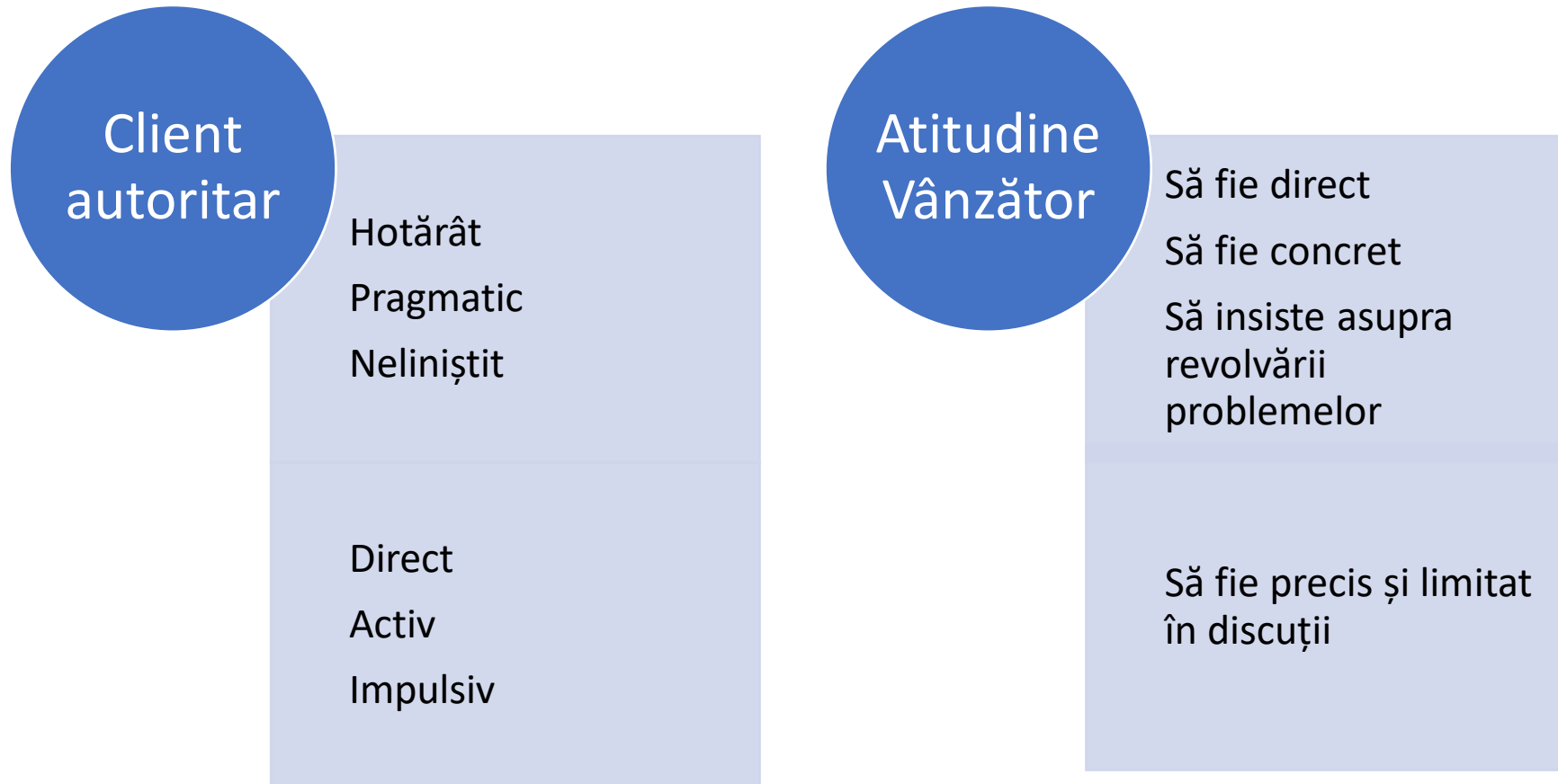


- 7. Clienți din punct de vedere strategic



Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- Atitudinea vânzătorului față de diversele tipuri de clienți



Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- Atitudinea vânzătorului față de diversele tipuri de clienți

Client prietenos

Amical, deschis,
simpatic

Vesel

Puțin sensibil la timp

Cu simțul umorului

Atitudine Vânzător

Să îl implice, să îl determine să vorbească

Să îi consacre o bună parte din timp

Să nu se piardă în detalii

Să îl ajute, să îl asiste prin sugestii

Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- Atitudinea vânzătorului față de diversele tipuri de clienți

Client om de fier

Rațional, riguros
Precis, meticulos
Controlat, rezervat

Distant
Exigent
Fără simțul umorului

Atitudine Vânzător

Să îi cunoască perfect
intențiile
Să fie precis și concis

Să nu îi impună opinia
sa
Să îi răspundă la toate
întrebările
Să loloască cifre

Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- Atitudinea vânzătorului față de diversele tipuri de clienți

Client cap de familie

Echilibrat, stabil,
ponderat

Disponibil constructiv

Flexibil, concret

Plăcut

Respectuos

Punctual

Atitudine Vânzător

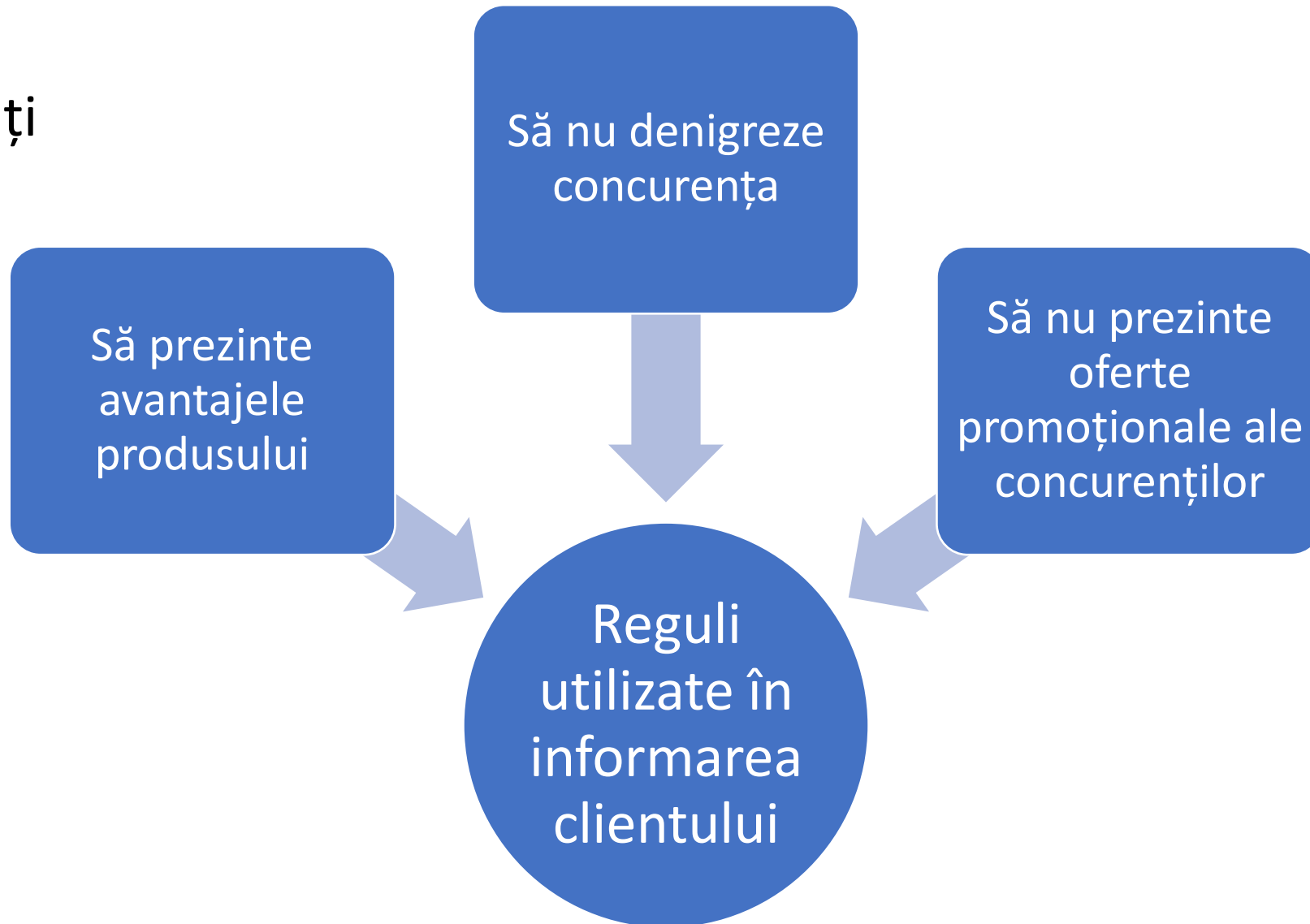
Să fie natural

Să fie profesionist

Să îi dea sentimentul
că beneficiază de un
tratament privilegiat,
dar fără a-l flata sau
linguși

Evaluarea nevoilor și informarea clientului

- Nu uitați



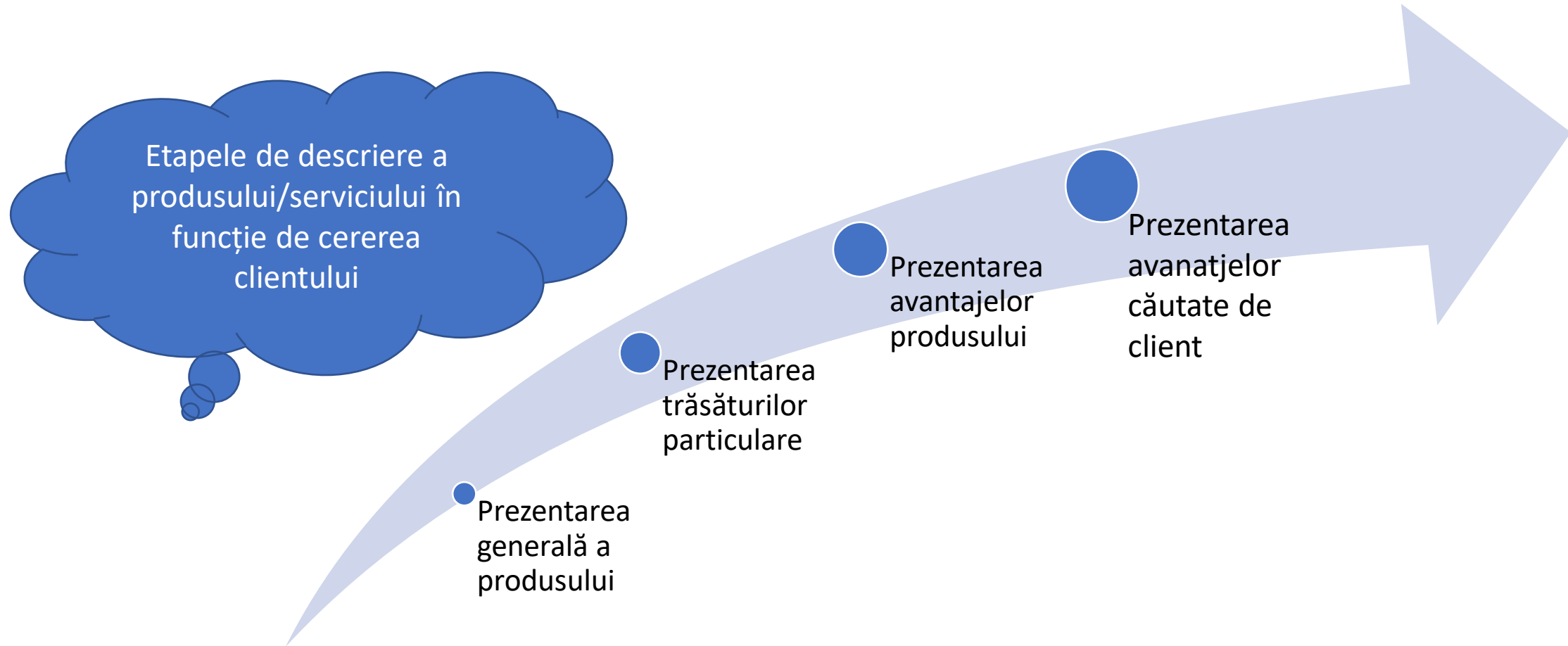
Evaluarea nevoilor și informarea clientului

Un vânzător
profesionist
trebuie să știe:

- Identificarea articolului;
- Caracteristicile produsului;
- Compoziția și procedeele de fabricație;
- Avantajele și elementele de superioritate;
- Condițiile de utilizare;
- Campaniile promoționale;
- Condițiile de vânzare.



Evaluarea nevoilor și informarea clientului



*Cunoștințele se dobândesc învățând.
Abilitățile se dobândesc lucrând.*

DACA VREI CU ADEVĂRAT, VEI REUȘI !

