

Психология большой покупки

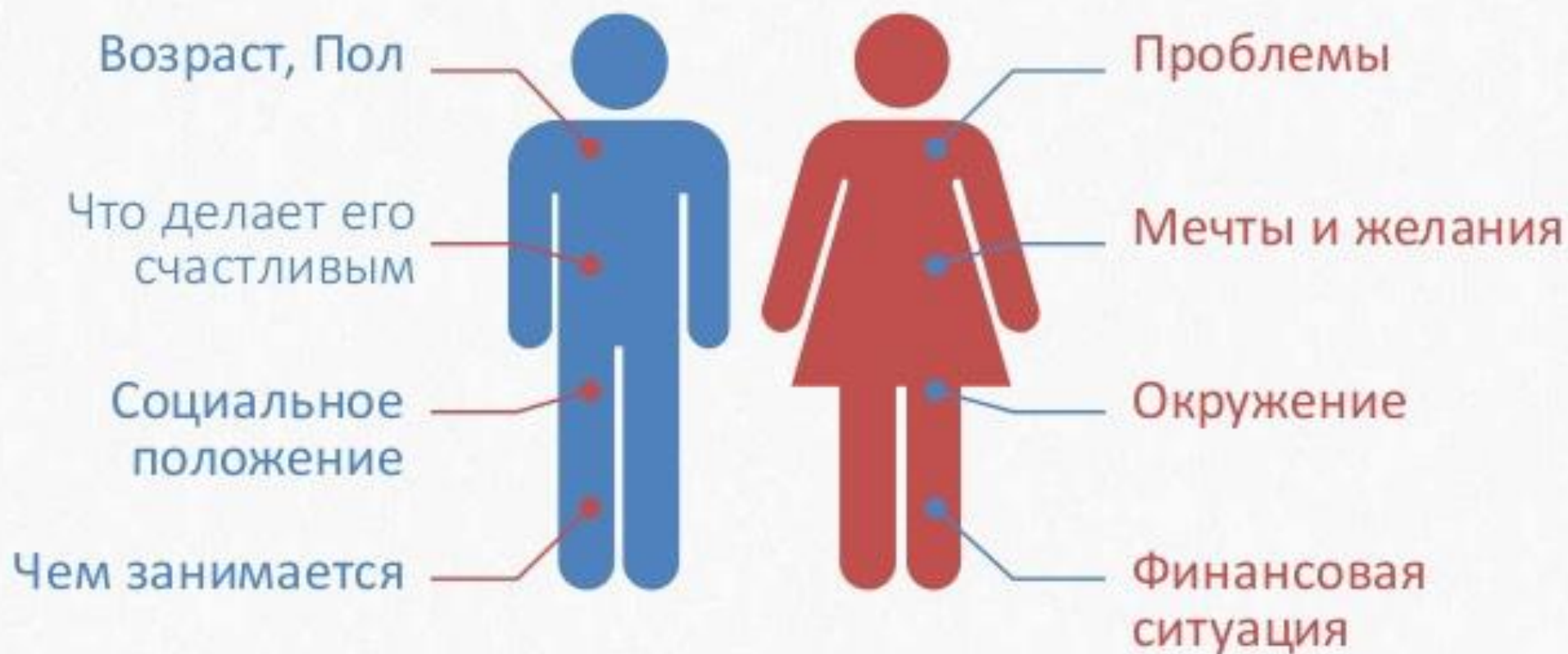


Клиент – черный ящик



Продавец пытается его разгадать

Аватар клиента



Кто ваш клиент?



Трата денег вызывает боль



Чем выше цена, тем больше ответственность, тем сложнее процесс выбора, тем больше требований к продавцу

Цикл покупки





Осознание потребности



Потребность – это неудовлетворенность, нехватка, дефицит, отсутствие чего-то важного



Виды потребностей

**Серьезность
проблемы**



**Стоимость
решения**

Осознание проблемы не означает готовность совершить покупку

О чем думает клиент

- Есть ли у меня проблема/потребность?
- Можно ли ее игнорировать?
- Нужно ли ей заняться немедленно?
- Заняться ей сейчас или есть более важные задачи?
- Нужно ли мне вообще что-то менять?



Ошибки продавца

- ❑ Не вызывать доверие
- ❑ Неумение выяснить/развить потребности клиента
- ❑ Рассказ/презентация своего предложения



Задачи продавца

- Обнаружить неудовлетворенность
- Развить потребность, чтобы у клиента возникло желание предпринять действие
- Направить внимание покупателя в область преимущества своего предложения перед конкурентами



Оценка вариантов

О чем думает клиент



- Какие критерии использовать для сравнения и выбора?
- Какой из вариантов лучше всего соответствует моим критериям?



Усталость от принятия решений



Ошибки продавца

- ❑ Неумение выяснить критерии выбора клиента
- ❑ Недостаточно усилий на изменение существующих критериев



Задачи продавца

- Выяснить критерии выбора клиентов и повлиять на них
- Продемонстрировать соответствие предложения критериям



Мотивы покупок

- Экономия. Заработок
- Надежность. Безопасность
- Комфорт. Удобство
- Гордость. Престиж
- Новизна
- Привязанность



Разрешение сомнений

О чем думает клиент

- Каковы риски?
- Что если ничего не получится?
- Можем ли мы полагаться на этих людей?
- Все ли я продумал?



Ошибки продавца

- Игнорирование опасений клиента в надежде, что они разрешатся само собой
- Давление на покупателя в отношении принятия решения



Задачи продавца

- Установить, какие сомнения и риски мешают клиенту двигаться дальше
- Помочь покупателю найти решение и избавиться от страхов и неопределенности



Принятие решения

О чем думает клиент

- Наилучшее ли это решение?
- Все ли я предусмотрел?
- Стоит ли еще подумать?



Ошибки продавца

- Непонимание важности и сложности выбора для клиента
- Надежда, что решение он примет сам без дополнительной помощи



Задачи продавца

- Продемонстрировать понимание сложности принятия решения
- Показать итоговые выгоды
- Убедить, что это ценность решение выше, чем цена



Покупка

Почему люди покупают



Ценность решения (серьезность проблемы) выше стоимости

Спасибо!

Какие вопросы?



Контакты

Мария Жиган –

бизнес-тренер, психолог,
коуч креативности

- www.facebook.com/mariya.zhygan
- www.createyourlife.com.ua
- www.becreative.com.ua
- +38 096 510-62-11

