

# Prilagodite prodajo temperamentom vaših kupcev

*V današnjem času je eden najbolj učinkovitih načinov za povečanje prodaje ta, da uspete hitro prepoznati potrebe kupca. Anja Žagar*

Zagotovo se v zadnjem času srečujete z mnogimi tehnikami povečevanja prodaje in z zviševanjem njene učinkovitosti. Dejstvo je, da odličen produkt že nekaj časa ni več glavni ključ do povečanja prodaje. Prav tako tudi ne nizka cena ali visoka kvaliteta izdelka ali storitve. Prodaja mora postati nepozabna osebna izkušnja za slehernega vašega kupca. Ob tem se takoj postavlja vprašanje, kakšna pa je vrhunska prodajna izkušnja za kupca in kako jo je moč ustvariti in izpeljati.

Pomembno je zavedanje, da smo si **ljudje med seboj povsem različni** in enako velja za vaše kupce. Ključna razlika je že v tem, da so nam vseč različne stvari, da imamo različne prioritete, želje in potrebe. Vse to in še mnoge druge razlike izhajajo iz našega prirojenega tipa osebnosti, našega temperamenta. Naš temperament je genetsko določen in vpliva na mnoga področja v našem življenju, tudi na naše nakupne navade, odločitve, želje, potrebe in ravnanje z denarjem.

Vsem nam je znan občutek, da so nam najbolj všeč ljudje, ki nas razumejo, cenijo, podpirajo, nam pomagajo in uspešno zadovoljujejo naše čustvene potrebe. To so ljudje, s katerimi se najboljše ujamemo, v njihovi družbi se odlično počutimo, zato jih imamo radi ob sebi. Zelo radi komuniciramo z njimi, ker je videti, da nas ne le poslušajo, temveč tudi slišijo in razumejo. Vedo, kaj si želimo in kaj nam veliko pomeni.

Poznamo pa tudi ljudi, s katerimi se nikakor ne ujamemo oziroma ne najdemo skupne točke. Zdi se nam hladni, nedostopni, brezosebni in egoistični. Tem ljudem ni pomembno, kaj si želite, kaj vam veliko pomeni in četudi to vedo, tega ponavadi ne upoštevajo ali celo preslišijo. Vztrajajo pri svojih interesih, zato se od njih običajno distanciramo in odidemo drugam.

V tem trenutku je čas, da za trenutek prenehate z branjem in si zastavite pomembno vprašanje: **S kakšnimi občutki mislite, da od vas odhajajo vaši kupci?**

Vsakršna prodaja, ne glede na to kaj prodajamo, temelji na zadovoljevanju čustvenih potreb kupca. Saj poznate misel: Ne da bi se zlagal, govori tisto, kar bi kupec rad slišal. Torej, če vemo, da je ključ do povečanja prodaje hitro prepoznavanje in poznavanje potreb kupca, boste imeli veliko prednost, če boste poznali lastnosti posameznega tipa temperamenta vašega kupca.

## 4 osnovni tipi temperamentov vaših kupcev

Ideja razumevanja in razlage tipov temperamentov sega v obdobje starih Grkov (Hipokrat) in tudi v srednjem veku so ji dajali velik poudarek. Mnogi psihologi in avtorji literature na to temo so štiri osnovne tipe temperamentov poimenovali kolerik, sangvinik, flegmatik in melanholik.

### Kako prepoznati in prodati sangviniku?

Prvi znaki, po katerih boste prepoznali sangvinika, so glasen in živahen vstop v prostor, oblečen je bolj v živahne barve, različnih vzorcev, pri ženskah je opaziti veliko vpadljivega nakita. Nenehno govori in krili z rokami, njegov pogled pa je živahen in nagajiv. Je sproščen, komunikativen, radoveden in igriv kupec. Zdelo se vam bo, kot da se ob nakupovanju izredno zabava, kar seveda tudi drži. Zelo rad je v družbi ljudi, zato mu posvetite veliko pozornosti, naklonjenosti in odobravanja. Nič ne bo narobe, če boste med prodajnim procesom vključili v pogovor še kakšno osebo (vašega prodajalca ali kakšno vašo stranko). Kupec s takim temperamentom ima

izredno domišljijo in obožuje zgodbe, zato mu skušajte pričarati nepozabno nakupno dogodivščino. Besede, ki jih večkrat uporabite pri prodaji, so čudovit, neverjeten, zabaven, očarljiv, opazen, neskončne priložnosti in podobno. Če ga boste kot prodajalec navdušili, bo svojo »dogodivščino« delil z mnogimi svojimi prijatelji in znanci, pa tudi neznanci.

### Kako prepoznati in prodati koleriku?

Kolerika boste prepoznali po težki in odločni hoji, izraz na obrazu ima resen in zamišljen. Oblečila, v katerih je oblečen, so kvalitetna in udobna (funkcionalna). Govori glasno, takoj pove bistvo, do vas bo prišel že z odločitvijo, kaj hoče, na vas je le, da mu to čim hitreje tudi zagotovite in izvedete. Želje takega kupca so, da ima nadzor nad situacijo, tudi nad vašo prodajo ter vsaj občutek, da je najboljši. Pri tovrstnem kupcu je pomembno, da se mu posvetite takoj, četudi pred tem opravljate za vas zelo pomembno delo. Želi imeti vašo popolno pozornost, in to takoj. Pri prodaji uporabljajte besede mogočen, največji, najboljši, ekskluziven, učinkovit in podobno. Ker zna kolerik navdušiti ljudi na podlagi svojih izkušenj, vam lahko tak kupec, če ga boste navdušili s hitro odzivnostjo in učinkovitostjo, pripelje veliko novega posla.

### Kako prepoznati in prodati melanholiku?

Če boste imeli pred seboj kupca, ki bo izredno urejen, elegantnega videza, diskretnega vedenja in s precej veliko prostorsko razdaljo pri komunikaciji, je vaš kupec tipa melanholik. Hodi pokončno, z umirjenimi koraki. Ta oseba je izredno organizirana, natančna ter hkrati skeptična in včasih tudi cinična. Prvo, kar bo naredila, ko boste pristopili

## Kako kupcu postaviti pravo vprašanje?

Vzemimo primer, da ste prodajalec v salonu vozil. Preden pristopite h kupcu, ga kakšno minuto ali dve opazujte. Velikokrat bo spontana govorica telesa razkrila njegov tip temperamenta. Ko boste videli, kaj si kupec ogleduje in čemu namenja največ pozornosti, pristopite k njemu.

Če si kupec ogleduje prospekt vozila in tablo z njegovimi lastnostmi, je kupec zagotovo tipa **melanholik**. V tem primeru ga lahko nagovorite z: »Dober dan. Vidim, da prebirate lastnosti vozila, vam katera lastnost pri vozilu še posebej veliko pomeni?« Kupec vam bo na tako zastavljeno vprašanje zagotovo spontano odgovoril, kaj išče.



Kupec, katerega privlačijo posebni modeli vozil, izrazitih barv in neobičajnih linij in oblik, je tipa **sangvinik**. Ponavadi išče vozilo, s katerim bo na cesti hitro opažen. Primer ustreznega pristopa je lahko: »Dobrodošli v našem salonu. Vidim, da se že nekaj časa zadržujete pri xy kabrioletu, s čim vas je tako prevzel?«



Tip **koleričnega** kupca išče vozilo, ki bo izkazovalo njegov status, moč, vpliv. Ponavadi so to vozila črne ali drugih temnejših barv. Lahko ga ogovorite na primer: »Videti je, da točno veste, kakšno vozilo iščete. Ste se tudi že zapeljali z njim in izkusili njegovo moč in ostale vozne lastnosti? Priporočam vam testno vožnjo.«

H kupcu tipa **flegmatik** pristopite počasi in umirjeno, saj vas najraje ne bi nič vprašal, da vas ne bi slučajno zmotil pri vašem delu. Kljub vsemu se mu približajte in ga ogovorite na način: »Dober dan. Vidim, da si ogledujete vozilo, ki nudi lagodno, brezskrbno in mirno vožnjo. Je vsestransko uporabno, vam to veliko pomeni?«



Pomembno je, da opazite pri kupcu, čemu posveča pozornost in mu za tem postavite vprašanje odprtega tipa. Spodbudite kupca, da govori in spontano deli z vami (kot s prijateljem) svoje misli, želje in potrebe.

k njej, je, da vas bo »poskenirala« ali ste dovolj inteligenten in usposobljen prodajalec, da ji boste sploh lahko primerno svetovali pri nakupu. Pri prodaji nikar ne posplošujte in ne zanemarjajte podrobnosti. Večkrat uporabljajte besede popolnost, natančnost, logičnost, sistem, statistika pravi, analiza in podobno. Ker zelo težko zaupa in želi preveriti, ali prodajalčeve obljube držijo, se bo redko zgodilo, da mu boste prodali takoj. Če ste ga s svojim prodajnim nastopom navdušili in zadovoljili njegove čustvene

potrebe, se bo zagotovo po premisleku vrnil k vam in opravil večji nakup, kot ste si morda sprva mislili.

### Kako prepoznati in prodati flegmatiku?

Flegmatik je najbolj hvaležen kupec (dobesedno), kar pa ne pomeni, da je prodaja takemu tipu temperamenta kaj bolj preprosta. Težko ga je opaziti, ker se ponavadi drži v ozadju in ne mara pretirane pozornosti. Njegov korak je lahek, kretnje neopažene, oblečen pa je

v preprosta ohlapna oblačila naravnih, pastelnih barv. Raje posluša kot govori. Flegmatik vam bo v prodajnem procesu redko zastavil kakšno vprašanje, k temu ga morate spodbuditi sami. Imeli boste občutek, kot da ne ve točno, kaj kupuje in težko boste iz njegovega vedenja ali govorice telesa razbrali, kaj si misli in želi. Pri komunikaciji vključite besede enostavno, sprostitev, počitek, brez skrbi, malo dela, mir in podobno. Če tudi ga boste navdušili s prodajo, se bo na koncu zelo težko odločil. Pri tem ne bodite vsiljivi ali neučakani. Dajte mu čas, da razmisli in že na začetku bodite pozorni, da mu ne daste na voljo preveč opcij. V tem primeru se bo raje izognil odločitvi, kot da bi sprejel kakšno.

### Ugotovite prevladujoči tip temperamenta

Prepoznavanje tipov temperamentov in uporaba omenjene prodajne tehnike sta povsem preprosta za uporabo, če je temperament kupca izrazit. Toda dejstvo je, da smo ljudje **mešanica vseh štirih tipov** temperamentov. Kako torej prepoznati prevladujoči tip, če ta ni povsem jasno viden. V tem primeru si mora prodajalec pomagati s postavljanjem pravih ključnih nakupnih vprašanj (primer v okvirju). Kupca morate preko komunikacije pripeljati do tega, da spregovori z vami. Prvo vprašanje ne sme nikoli biti: »Ali vam lahko kako pomagam?« Kajti zagotovo je to isto vprašanje slišal že pri vseh prodajalcih pred vami in tako ni slišal nič novega, kar bi ga navdušilo. In še bolj pomembno je to, da ste si v primeru, če kupec na omenjeno vprašanje odgovori z »Ne.«, zaprli vse poti do nadaljevanja prodaje.

S prodajnim pristopom poznavanja tipov temperamentov kupcev in seveda uporabo teh preprostih orodij pri prodaji boste kupcu zagotovo zlezli pod kožo. Začeli boste spletati dolgoročne prijateljske vezi in kupci se bodo radi vračali k vam. Ne samo zaradi izdelka ali storitve, temveč predvsem zaradi vas (vaših prodajalcev). Naj ponovim misel, da smo ljudje vedno radi v družbi ljudi, ob katerih se počutimo sprejete in razumljene.

Prodaja je pomemben, če ne celo najpomembnejši del vsakega podjetja in posla. Ga ni človeka, ki ne bi nikoli prodajal. Če se je posameznik pripravil na tem področju nenehno izpopolnjevati, izobraževati in učiti, postane ta sprva neljuba dejavnost pravi užitek. S pomočjo poznavanja tipov temperamentov kupcev pa lahko postane celo zelo zabavna in nadvse učinkovita igra. ■