

TYPOLOGIA KLIENTÓW

KLASYFIKACJA KLIENTÓW POZWALA W ŁATWY SPOSÓB
ROZPOZNAĆ POSZCZEGÓLNE WZORCE DANEGO TYPU KLIENTA.

KLIENT TYPU JA

Jak rozpoznać Klienta:

Większość wypowiedzi formułuje w pierwszej osobie: myślę, wiem, uważam, jestem pewny.

Podkreśla swoją ważność, sam jest dla siebie autorytetem.

Jak postępować z Klientem:

Lepiej nie dyskutować i nie przekonywać go do swoich racji, pokazać korzyści z danej oferty.

Dawać mu wybór, upewniać go, że to on będzie decydował, doceniać jego opinie.

KLIENT TYPU INNI

Jak rozpoznać Klienta:

Zadaje pytanie o postępowanie innych osób – „a co najczęściej ludzie wybierają?”, „którą opcję najczęściej kupują inni?”

Powołuje się na opinie znajomych, to co słyszał w mediach, wyczytał w fachowej prasie.

Zadaje dużo pytań, nawet o rzeczy oczywiste, często prosi o wyjaśnienia.

Jak postępować z Klientem:

Pokazać korzyści, pomóc w wyborze: „w pana sytuacji najlepszym rozwiązaniem byłoby...”.

Upewnić, że podejmuje dobrą decyzję, gdyż inni ludzie też wybrali ten produkt, daną opcję.

KLIENT NASTAWIONY NA CELE

Jak rozpoznać Klienta:

Chętnie opowiada o swoich planach w czasie dokonanych: zrobimy, wprowadzimy, wybuduję.

Używa słów pokazujących orientację na cel, np. szukam, chcę, potrzebuję.

Dobrze reaguje na informacje o tym, jakie ma możliwości.

Jak postępować z Klientem:

Podkreślać cechy, dzięki którym osiągnie swoje cele.

Sugerować rozwiązania i metody wdrożenia nowego produktu.

KLIENT NASTAWIONY NA PROBLEMY

Jak rozpoznać Klienta:

Chętnie opowiada o swoich planach w czasie dokonanych: zrobimy, wprowadzimy, wybuduję.

Używa słów pokazujących orientację na cel, np. szukam, chcę, potrzebuję.

Dobrze reaguje na informacje o tym, jakie ma możliwości.

Jak postępować z Klientem:

Podkreślać cechy, dzięki którym osiągnie swoje cele.

Sugerować rozwiązania i metody wdrożenia nowego produktu.



KLIENT ZGADZAJĄCY SIĘ

Jak rozpoznać Klienta:

Rzadko protestuje, nie wyraża otwarcie negatywnych ocen, raczej powstrzymuje się od komentarzy.

Wyraża wątpliwości w bardzo ogólnej formie – raczej mówi, że musi się zastanowić, przemyśleć niż otwarcie odmawia

Jak postępować z Klientem:

Trzeba poświęcić mu dużo czasu.

Warto zadawać dużo pytań, aby odkryć i zrozumieć wszelkie możliwe wątpliwości i przeszkody, o których ten typ Klienta nie lubi mówić.



KLIENT NEGUJĄCY

Jak rozpoznać Klienta:

Często zaczyna zdania od „tak, ale...”, szuka dziury w całym.

Otwarcie się nie zgadza, sprowadzając rozmowę do konfrontacji. W każdym produkcie, dostrzega wiele wad i opowiada o problemach z produktami, jakich doświadcza gdzie indziej.

Jak postępować z Klientem:

Nie wolno polemizować, udowadniać, że nie ma racji.

Docenić jego krytyczne uwagi oraz czas jaki poświęca na wyrażenie opinii.

KLIENT SZUKAJĄCY PODOBIEŃSTW

Jak rozpoznać Klienta:

Porównuje to, co proponuje mu Doradca, do tego, co już ma („czy to jest takie samo, jak...”, „czy ta opcja jest podobna do tej, którą mam”).

Źle reaguje, kiedy Doradca prezentuje usługę jako zupełnie nowa, innowacyjną - tego typu zalety nie przekonają go.

Jak postępować z Klientem:

Używać słów, których oczekuje - „to jest bardzo podobnie jak...” Porównywać do tego, co zna, co ma, używa.

Nie podkreślać, że to jest innowacyjne, nowe rozwiązanie

KLIENT SZUKAJĄCY RÓŻNIC

Jak rozpoznać takiego Klienta:

Wyraża niezadowolenie z tego, co ma – chce czegoś „zupełnie innego”.

Zadaje pytania o najnowsze modele, najlepsze wersje. Akcentuje różnice wszędzie tam, gdzie je zauważy.

Jak postępować z Klientem:

Pokazywać, że to, co Klienta zainteresowało jest zupełnie odmienne, niż to, co ma obecnie (lub do czego porównuje).

Koncentrować się na nowościach, podkreślać innowacyjność.

KLIENT UPORZĄDKOWANY

Jak rozpoznać Klienta:

Przedstawia swoje poglądy jako „po pierwsze... po drugie...” Często podsumowuje, co powiedział.

Zamyka jeden temat i dopiero potem rozpoczyna drugi. Zwraca uwagę na kolejności poruszanych zagadnień i trudno mu się rozmawia z osobą, która nie jest podobna do niego

Jak postępować z Klientem:

Powtórzyć wymienione przez niego cechy usługi w podobnej kolejności.

Klient jest zadowolony, czuje się zrozumiany, co głośno deklaruje.

Po podsumowaniu i sparafrazowaniu potrzeb takiego Klienta warto zadać pytanie: „Co jeszcze jest dla pana ważne, na czym jeszcze panu zależy?”

Uwaga: pytanie: „Co jeszcze jest dla Pani/Pana ważne?” to jedno z ważniejszych pytań. Warto je zadawać niezależnie od typu Klienta.

KLIENT CHAOTYCZNY

Jak rozpoznać Klienta:

Zadaje kilka pytań jednocześnie, stosuje dygresje, czasami dygresje od dygresji, odbiegając od głównego tematu.

Jak postępować z Klientem:

Podążać za wątkami istotnymi dla Klienta i odnosić się do bieżących wypowiedzi, podkreślając cechy produktu pasujące do danej kwestii.

Porządkowanie rozmowy nie daje efektów- Klienta to męczy, złości, a nawet usypia.



KLIENT BUDUJĄCY RELACJE

Jak rozpoznać Klienta:

Chętnie i dużo mówi o sobie – opowiada o swoim życiu, zadaje pytania o sprawy zupełnie nie związane ze sprzedażą., łatwo schodzi na tematy prywatne. Długo pamięta sytuacje, kiedy został źle potraktowany.

Jak postępować z Klientem:

Przeznaczyć czas na budowanie relacji, wysłuchać, zanim zaczniesz się mówić o produkcie. Zyskamy wtedy bardzo lojalnego Klienta, który poleci nas innym. Odnosić się do poruszanych przez niego wątków, a prezentując produkt nawiązywać do ważnych dla niego spraw.



KLIENT RZECZOWY

Jak rozpoznać Klienta:

Rozmowa z nim jest bardzo rzeczowa, ważne są dla niego fakty, a nie relacje. W sytuacji, w której opowiada mu się o czymś długo i mało konkretnie wygląda na zniecierpliwionego, sprowadza rozmowę do konkretów przerywając i zadając krótkie pytania.

Jak postępować z Klientem:

Budować relację uprzejmością, uśmiechem i w taki sposób kontynuuj rozmowę, przedstawiając konkretnie to, na czym zależy Klientowi. Podawać konkrety, dodając krótkie korzyści- barwne opowieści spowodują sceptyczną reakcję i w konsekwencji utratę zainteresowania.