

# A vásárlók négy típusa

A vásárlóknak 4 fajtáját különböztetem meg, ebből az elsőt és az utolsót kerüld el!

## 1. Az árvásárlók

Ők azok, akik főleg az ár alapján hoznak döntéseket. Az ebbe a kategóriába tartozó emberek hajlamosak arra, hogy akkor is megvegyenek valamit, ha semmi szükségük nincs rá, csak azért vásárolnak, mert az adott terméket vagy szolgáltatást nagyon kedvező áron lehet megvásárolni. Ők majdnem a legrosszabb kategória, mert túl nagy fókuszuk van az áron.

A feladat az, hogy találj egy olyan problémát velük kapcsolatban, amire a te terméked megoldás lehet. Találd meg az árvásárlók fájdalompontjait, és nyomogasd addig, amíg ki nem nyílik a pénztárcájuk!

Megfigyelésem szerint minél jobban sikerül feltérképezni a vevő problémáját és beazonosítani a fájdalompontjait, annál kevésbé lesz az árral problémája, vagy annál kevésbé lehet az árral kapcsolatos kifogásokra számítani.

Ahol az árat kifogásolják, ott szinte biztosra veszem, hogy nem találd meg a vevő problémáját, és nem sikerült megnyomogatni kellő intenzitással a problémával összekapcsolódó fájdalompontokat.

## 2. Az értékvásárló

Itt nem az ár számít, hanem a kapott érték. Fontos, hogy az árat együtt vizsgálják az értékkel. Ki akarna olcsó szívmetétet magának, vagy ki akarna a világ legolcsóbb plasztikai sebészének székébe beülni? (Csak mellékesen jegyzem meg,

gondolatkísérlet szintjén, valahol létezik a világ legrosszabb orvosa, és holnap 4-re valaki már bejelentkezett hozzá... )

Az értékvásárlóval már sokkal könnyebb a dolgunk, mert neki nem csak az áron van a fókusza. Abban az esetben, ha tudjuk, mi a vevőink számára az érték, akkor a saját termékünket vagy szolgáltatásunkat már megfelelően tudjuk pozicionálni és tálalni számára.

### **3. A kapcsolatvásárló**

Ő az, aki a hosszú távú kapcsolatok híve. Biztonsági játékos, nagyon hisz a hosszú távú emberi kapcsolatokban, és megbízik a beszállítóiban. Én őket szeretem a legjobban. Ők főleg az idősebb korosztály. A könnyebb érthetőség kedvéért hozok egy IT-s példát. Az ember jó, ha hosszú távon jól van a rendszergazdájával. Egy rendszergazda igen sok problémától és idegességtől tudja megvédeni az embert. Vagy egy jó IT-szolgáltató rendkívül sok bosszúságtól tudja megvédeni az ügyfeleit. Lehet, hogy a vírusirtó programot kicsit olcsóbban meg tudnánk venni, ha interneten kicsit megversenyeztetjük a cégeket, de az a kérdés, mit fogunk tenni akkor, ha valami problémánk lesz a számítógéppel. Vagy a feltelepített programnak kijön egy új verziója, és ott fogunk állni, mert nem tudjuk az új verziót feltelepíteni egy korábbi rossz döntésünk miatt. Érdemesebb a szoftvert a rendszergazdánkon keresztül megvásárolnunk, és bár lehet, hogy ezen bukunk néhány ezer forintot, de a hosszú távú kapcsolatunk megmarad, tehát akár éjjel 10 órakor is fel tudjuk hívni, hogy elment az internet, és el tudjuk hívni segíteni. Ha minden szoftvert külön-külön megvennénk, és nem rajta keresztül, lehet, hogy jobban járnánk anyagilag, de távlatokban gondolkodva végül egy esős vasárnap este egyedül maradnánk egy számunkra fájdalmas problémával. Tudod, miről beszélek...

A kapcsolatvásárló az egyik legjobb vevőnk. Ha bedolgoztuk magunkat egy céghez, és ott bizonyítottunk, akkor végeredményben nagy értéket tudunk vele realizálni. Éveken át profitosan tudunk a vevőinkkel együttműködni. Tö-

rekedjünk rá, hogy a kapcsolatvásárlóinkat becsüljük meg, és a lehető legkivételesebb kiszolgálásban részesítsük őket, mert ezeken az embereken nagyon szép profitot tudunk realizálni úgy, hogy ők nem érzik átverve magukat annak ellenére, hogy nem mi vagyunk a legolcsóbbak.

#### 4. A pókervásárló

Ő a legrosszabb. Ő folyamatosan játszamaz velünk. Van egy pici hatalma, és érzi azt, hogy nekünk sokat számít az ő vásárlása. Ezt gyakorlatilag ki is játssza. Mindenfajta trükköt és technikát a végletekig próbál ellenünk felhasználni. Az etikaszintje a nullához konvergál, sokszor megbízhatatlan, nem igazán a legjobb partner. Sokszor megjelenik, és a hatalmával visszaélve próbál minket árversenybe kényszeríteni. A következő részben fogom leírni azt a 15 trükköt, aminek ne dőlj be! Ez a pókervásárló 15 trükkje, amiből jó pár biztosan ismerős lesz. És ne engeddd, hogy a vevő vagy egy ügyfeled beszerzője ezekkel a trükkökkel próbáljon árversenybe kényszeríteni! Tudd azt, hogy a pókervásárló semmiképpen nem egy gyenge minőségre vágyik, hanem gyakorlatilag ugyanazt a minőséget szeretné, csak 20-30%-kal olcsóbban. Ahhoz, hogy a pókervásárlót kezelni tudd, neked is jó pókeresnek kell lenned. Te legyél a jobb pókerjátékos! Fontos szabály, hogy tudd: a vevő blöfföl. Ha alkura kerül a sor, az esetek több mint felében blöffölés van a háttérben, ezért jobb pókerjátékosnak kell lenned, mint a vevőd. Javaslom, hogy készülj fel a termékedből, tudd az előnyeit, illetve hátrányait, kivételesen jó kell, hogy legyen a termékismereted. **Aranyszabály az, és erről már volt szó a bevezetőben, hogy alku esetén kérj mindig valamit cserébe!** Ez az egyik legjobb tanács, amit neked adhatok, ugyanis két dolgot tudsz így elérni.

1. A vevő tudni fogja, hogy a következő alkunál mire számíthat.
2. Egyensúlyban tartja az alkufolyamatot.

Előfordult velünk, hogy egy budapesti cégnek terveztünk egy kiállítási standot, amit egy budapesti stúdió rendelt meg az ügynökségünktől. Azt mondták, nagyon jó, nagyon tetszik nekik a terv, és a megrendelő is elfogadta, de azt kérték, hogy 15%-ot engedjünk az árból, hogy nekik is meglegyen a profitjuk. Azt mondtuk, rendben, de akkor installálják ők a helyszínen a szerkezetet! Mondanom sem kell, hogy a végén mi szereltük föl. Nagyon fontos, hogy a megrendelő lássa, az alkunak ára van. Ha ezt az alkut elfogadjuk, akkor az azt jelenti, hogy nem korrekt árat adtunk meg a letelején, hanem belekalkuláltunk 10-15%-os áralkut.

Ez nem tilos, de jobb, ha éreztetjük a vevővel, hogy minden költségcsökkentésnek ára van, és nem most jöttünk le a falvédőről.