

Vlasnik jedne od tvrtki za koje držim treninge i mentoriram managere i članove uprave, prije nego što je počeo ulagati u obrazovanje svojih vodećih ljudi, ali i ostalih zaposlenika, proveo je intenzivno istraživanje među kupcima ne bi li saznao što ih zadovoljava i potiče na kupnju. Bio je iznenađen kad su rezultati pokazali da 34% ispitanih kupaca nije bilo zadovoljno ponašanjem prodajnog osoblja, pa je njihov loš pristup naveden kao dodatni problem. Konačni udarac zadao je podatak da je od tih 34% ispitanika, 68% kupaca (znači, skoro četvrtina ukupno ispitanih kupaca) izjavilo da više neće poslovati s njegovom tvrtkom zbog loše komunikacije prodavača s kupcima.

Zadovoljni i vjerni kupci su «najjeftiniji» kupci

Sve knjige o prodaji učit će vas da je zadovoljan kupac najbolji kupac. Štoviše, da je vjerran kupac još bolji kupac. Svi autori će vam reći - zadovoljni i vjerni kupci «najjeftiniji» su kupci. Najjeftiniji, u terminima ulaganja u marketing, budući da oni najčešće ne traže ništa više od stalne (ili barem lagano rastuće) kvalitete proizvoda i usluga. Zato je tzv. ponovljeni posao s kupcem koji je došao ponovno najbolji pokazatelj kvalitete proizvoda i usluge. Odnosno, ako su troškovi ulaganja sniženi, onda je «ponovljeni posao» najprofitabilniji posao koji jedan prodavač može ostvariti. Gubljenje velikog dijela kupaca utječe na profite, jer nikada brzina «osvajanja» novih kupaca ne može dostići brzinu «gubljenja» njihovih prethodnika.

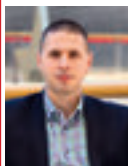
Isporuka očekivane kvalitete proizvoda i

4 razine očekivanja kupaca

Kupčeva se očekivanja mogu svrstati na četiri razine, a svakim prijelazom na višu razinu kupci postaju promotori tvrtke:

1. razina – Na ovoj razini, kupci očekuju pouzdanost (proizvoda i usluge).
2. razina – Kupci očekuju stalnu raspoloživost.
3. razina – Kupci očekuju partnerstvo.
4. razina – Kupci očekuju rješenje problema. Istraživanja pokazuju da su kupci najviše «vezani» uz tvrtke koje im svojim razvojem pomažu da se i sami kupci razvijaju (novim idejama, znanjima i slično).

zašto čitam poslovni savjetnik .com



Smatram da je vrlo važno biti informiran kako o novostima iz poslovnog svijeta tako i o novim trendovima u poslovanju i upravljanju poduzećem. To je ujedno, s obzirom na užurbani tempo u kojem svi živimo, dosta zahtjevno.

Jedan od načina da se bude informiran je svakako čitati provjeren izvor informacija i to je ujedno razlog zbog kojeg čitam Poslovni savjetnik.

Smatram da pridonosi kvaliteti poslovnog informiranja i nudi informacije koje su korisne za svakog menadžera. Pozdravljam i činjenicu da u Savjetniku nema senzacionalizma i neobjektivnosti.

*Tomislav Dekalić
direktor Arena Centra*

usluga trebao bi biti minimalni standard ponašanja svake tvrtke koja ima iole ozbiljne pretenzije da na tržištu preživi više od godine dana. Kada isporučuju minimalni standard, kupci znaju što će od prodavača dobiti. I to uvijek očekuju. Primjer moje kolegice, koja je na jednom seminaru podijelila kvalitetno pripremljenu radnu bilježnicu s objašnjenjem tema, alata i bibliografije (pa su sudionici bili zadovoljni), a već na sljedećem seminaru sudionicima iz iste tvrtke nije među materijale uvrstila takvu bilježnicu (pa su bili nezadovoljni, bez obzira na odličnog predavača) primjer je minimalnog standarda. Jednom kada prodavač kupcu, za određeni iznos novca, nešto pruži, za isti iznos novca (osim ako inflacija nije velika) kupac očekuje (barem) isti proizvod. Svako tržište ima generički proizvod i očekivani proizvod. Nešto što kupci očekuju shodno ranijim iskustvima, utvrđenim kriterijima ili standardima, odnosno shodno reklamama koja ih je privukla proizvodu. Kupci imaju pravo očekivati ne samo da im naručena roba bude isporučena, nego i da bude isporučena u vrijeme koje je određeno ugovorom. Da bi osigurali visoku razinu usluge prodavači moraju znati što kupci očekuju. Zato odlični prodavači nikada ne razmišljaju o svom odnosu s kupcima kao podlozi za prodaju već kao o podlozi za stvaranje obostrano kvalitetnih odnosa. Oni znaju da velika zarada i zadovoljstvo poslom dolazi iz čuvanja kupaca, a ne iz stalnog mijenjanja kupaca. Zato oni razmišljaju o očekivanjima kupaca prije samog posla, kako bi kvaliteta proizvoda i/ili usluge bila prilagođena svakom kupcu posebno.



~ EPILACIJA LASEROM ~

~ sigurno, dugotrajno, bezbolno ~

~ UKLANJANJE BORA ~

~ LIFTING LICA I OBRVA ~

~ MODELIRANJE LICA ~

~ POVEĆANJE USANA ~

SLIKAJ
OVAJ OGLAS
mobitelom i imaš
DERMA VENUS
poklon BON 270 kn
koji možeš
iskoristiti
odmah!!!

www.dermavenus.hr

tel. 01/3098-200

Zagreb, Kneza Trpimira 31
(kod Branimir centra)