

УДК 65.01

***ИЗУЧЕНИЕ ЛИЧНОСТИ КЛИЕНТОВ КАК ФАКТОРА
УСПЕШНОГО ВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА***

Шевченко М.С.

Студент,

Южный федеральный университет,

Ростов-на-Дону, Россия

Крикунов Р.А.

Магистрант,

Южный федеральный университет,

Ростов-на-Дону, Россия

Аннотация. В статье раскрывается проблема взаимоотношений с клиентами. Детально описываются виды потенциальных покупателей, варианты работы с ними. Рассматриваются стратегии успешного функционирования со сложными клиентами и общего позиционирования на рынке.

Ключевые слова: клиент; типология личности; поведение клиентов; целевая аудитория.

***STUDYING OF TYPOLOGY OF THE PERSONALITY OF CLIENTS AS A
FACTOR OF SUCCESSFUL BUSINESS***

Shevchenko M.S.

Student,

Southern Federal University,

Rostov-on-Don, Russia

Krikunov R.A.

Master's student,

Southern Federal University,

Rostov-on-Don, Russia

Annotation. The article includes the description of the problem of relationships with customers. The types of potential buyers, options of working with them are described. Strategies of successful functioning with difficult clients and general positioning in the market are considered.

Keywords: customer; personality typology; behavior of customers, the target audience.

Основные законы бизнеса гласят, что клиент всегда прав, за него нужно бороться и, наконец, без клиента компания не проживёт. Этими законами владеет как сотрудник, так и руководитель. Некоторые начальники требуют обязательного соблюдения данных законов от своих служащих, другие же работают по иным правилам, пытаются помочь подчиненным и найти варианты решить проблемы заказчика так, чтобы он обязательно остался довольным. Но как быть, если вы столкнулись со сложным, упёртым клиентом? Завлекать его разнообразными приемами, в ущерб при этом для своих подчиненных, или легко расставаться, отпускать и не чувствовать угрызение совести?

Есть несколько типов конкретного поведения «плохих» клиентов, поняв которые, вам станет намного проще находить к покупателям «ключ» или уходить и больше никогда не иметь ничего общего.

Первый тип: «Всегда недовольный». Такой потребитель сразу настроен на конфликт: он уверен, что вы его обманываете. Вероятно, отзывы о вашей работе у него будут со знаком «минус», и он, конечно же, будет хотеть загубить вашу репутацию. Попробуйте найти с таким клиентом общий язык,

узнать у него о его интересах и хобби, если это не поможет, постепенно отказывайтесь от сделки.

Второй тип: «Хороший знакомый». Данный клиент — друг вашей компании, он ждет от вас особых презентентов, комплиментов и привилегий за выслугу лет. Однако чем лучше будет рост вашей компанией, тем быстрее у вас будут появляться постоянные клиенты, требующие понимания и внимания. С «родными» потребителями лучше договариваться сразу и максимально корректно донести до них, что все клиенты в вашей компании одинаково важны и находятся на одинаковых правах.

Третий тип: «Жадный». Клиент-жертва всегда возмущён ценой, он постоянно выторговывает скидку. Если он все же созреет на покупку, то вам придется долго ждать от него окончательного ответа. Чаще всего он потребует оплатить услугу или товар после окончания цикла, и никогда не будет рассматривать варианты деления суммы на несколько этапов. А если ему что-то не понравится, то сразу же потребует деньги назад. Выражение «скупой платит дважды» не для него. В случае с таким клиентом действует другое правило: «скупой никогда не платит».

Четвертый тип: «Придира». Этот тип покупателя еще можно назвать «вампиром», так как во время общения с ним он «выпьет из вас все соки»: он постоянно будет к чему-нибудь придирается, будет просить переделать работу, подсказать, пересмотреть и т.д. Во время исполнения заказа он будет диктовать, что вам делать, и это может продолжаться всегда. Возможно, после потраченных сил на этого клиента, у вас не останется сил работать со следующими. Лучший выход в такой ситуации — сразу понять данный типаж, ведь не распознав данный тип клиента, вы потратите на него очень много времени и сил. На первом этапе сделки задумайтесь основательно, так ли вам необходим этот клиент.

Пятый тип: «Халявщик». Такой клиент ждет от вас выгодных предложений и не хочет ни за что отдавать свои деньги. Понять, что такой

покупатель перед вами можно по типичным фразам: «Мне это не выгодно», — или — «Почему так дорого?», — либо — «Я подумаю». Он уверен, что вы нуждаетесь в нем, и использует манипулятивные крючки, на которые вы обязательно попадетесь. В больших сделках данный потребитель чаще всего не оговаривает конечную сумму сделки, а уклоняется и уходит от ответа. С такими людьми лучше сразу заключать официальные договоры с известной суммой и не вести ни к чему не приводящие разговоры.

Шестой тип: «Чужой». Этому типу совершенно не нужно то, что вы предлагаете. Скорее всего, он запутался и узнал о вас по неопытности. Основная ваша задача как продавца — помочь ему определиться с тем, что он хочет. Проконсультируйте «чужого» клиента в тех аспектах, в которых он не разбирается. Если вы поймете, что он обратился не по адресу, просто честно объясните, что ваши услуги ему не нужны, а затем спокойно расстаньтесь.

Расставаться со «сложными» клиентами непросто и проблематично, также это несет для вас некие бюджетные траты. Чтобы на вашем пути возникало как можно меньше неподходящих вам клиентам, определитесь, а кто же те самые «свои»?

- Сделайте портрет «идеального клиента».
- Вспомните, где вы взяли «хороших» клиентов, и попробуйте вернуться туда снова, возможно, там появились новые нужные вам люди.
- Четко поймите, кто ваша целевая аудитория, и начните осознанно работать на нее.

Выявлять трудных клиентов и находить своих — одни из главных профессиональных качеств продавца. А главный фактор, который выделяет продавца-чемпиона, — это умение не цепляться за клиентов и не уговаривать, а давать свободу выбора.

Легко общайтесь с большим количеством людей, дайте право выбора и искренне помогайте определиться с решением, совершать покупку у вас или нет. Если вы будете старательно хвататься за каждого посетителя, то очень

быстро наберетесь негатива, утомитесь и остановитесь. Расставаться с клиентами — главный признак хорошего бизнесмена. Его успех в том, чтобы работать на большую аудиторию, видеть в ней «своих» и «чужих», при этом давая им полную свободу выбора.

Библиографический список:

1. Кричевский Р.Л. Психология малой группы: учебник. – М.: Наука, 2017. – 265 с.
2. Типы клиентов в продажах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://practicum-group.com/blogs/stati/tipy-klientov-v-prodazhah/> (дата обращения: 25.03.2019)

Оригинальность 99%