



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

INOVAČNÍ VZDĚLÁVACÍ NÁSTROJE



Téma: „ROZHODOVÁNÍ O NÁKUPU”

Didaktické podklady připravili:

Dr. Tomasz Załona

Dr. Monika Makowiecka



Cvičení 1

Charakterizuj sebe jako klienta. V tabulce označ druhy klientů (podle jednotlivých kritérií), ke kterým se řadíš.

Kritérium třídění	Druhy klientů	ANO/NE
Způsob reakce na zboží	<ul style="list-style-type: none">reagující racionálně	
	<ul style="list-style-type: none">reagující emočně	
Postoj k novému zboží	<ul style="list-style-type: none">inovační (lídr)	
	<ul style="list-style-type: none">opakující	
Důvěra k prodávajícímu	<ul style="list-style-type: none">nedůvěřiví	
	<ul style="list-style-type: none">důvěřiví	
	<ul style="list-style-type: none">plní důvěry	
Očekávání vůči prodávajícímu	<ul style="list-style-type: none">rozhodní	
	<ul style="list-style-type: none">očekávající radu	
Druh vjemů, na které je klient citlivý při nákupu	<ul style="list-style-type: none">vizuální	
	<ul style="list-style-type: none">ostatní vjemy: dotek, sluch, čich	
	<ul style="list-style-type: none">očekávající na odpověď prodávajícího	
	<ul style="list-style-type: none">reagující současně na informace a na vizuální vjemy	
Očekávání ohledně standardu obsluhy	<ul style="list-style-type: none">očekávající vysoký standard obsluhy	
	<ul style="list-style-type: none">očekávající střední standard obsluhy	
	<ul style="list-style-type: none">očekávající nízký standard obsluhy	
Sklon k nákupu pod vlivem impulsu vyvolaného marketingovými metodami	<ul style="list-style-type: none">velmi silně reagující na každý stimul (např. ohmatání produktu)	
	<ul style="list-style-type: none">slabě reagující na marketingové metody obchodu, ale kupující pod vlivem příležitosti, aby nemusel přicházet do obchodu znovu a neztrácet další čas na nákupy	
	<ul style="list-style-type: none">se sklonem k impulsním nákupům, když má hodně času, čili nenakupující ve spěchu.	
	<ul style="list-style-type: none">nereagující na impulsy a nakupující pouze ty produkty, které si naplánoval před příchodem do obchodu	



Cvičení 2

Standard zákaznického servisu v obchodě.

Seznam se s případem, odpověz na diskuzní otázky.

1. Jaké nesprávné chování personálu můžeš najít?
2. Jak by mělo vypadat správné označení ceny zboží – představ návrh.
3. Navrhni způsob řešení konfliktu.

”Když jsem byl včera kolem páté odpoledne v obchodě, všiml jsem si velmi dobré akce na kávu, konkrétně „Columbia zrnková + kartón” 1 kg za 350 Kč. U kasy jsem si nevšiml, že mi prodavačka naúčtovala vyšší cenu, jen jsem zaplatil, zkontroloval jsem paragon a upozornil jsem ji na omyl, poslala mě na informace. Tam mě velmi příjemná paní informovala, že i když transakce proběhla před 5 minutami, nemůže ji vrátit, ale na moji prosbu zavolala paní vedoucí.

S vedoucí a ochrankou jsem se vydal na oddělení kávy a čaje, kde mi vysvětlili, že cenovka „Columbia zrnková + kartón” za 350 Kč (sleva víc než 50%!) se týká výrobků, který UŽ DOŠEL, a to, co jsem si koupil (stálo to těsně vedle akční cenovky), je „Columbia SUPER PACK” za 1150 Kč, a vedoucí mě informovala, že „přece kartón to je taky pack, neboli „balení”, kromě toho „jsem si přece mohl zkontrolovat čárový kód”. Takže jsem koupil kávu „PACK” za 1150 korun, místo kávy „Columbia zrnková + kartón” za 350 korun, ačkoli moje káva evidentně kartón měla.

Moje žádost o výměnu nebo vrácení zboží byly zbytečné, když jsem tudíž vytáhl mobil, abych vyfotil cenovky a dózy stojící vedle na polici, člen ochranky je zakryl vlastním tělem a říkal: „tady se nesmí fotit”, „zavolám policii”, „jestli uděláš fotku, použiju sílu”. Podotkl jsem, že si nepřeju, aby mi tykal a zapnul jsem nahrávání s nadějí, že se mi aspoň na nějakém záběru podaří nahrát tenhle podvod. Další chování člena ochranky je vidět na videu, bohužel nic moc, protože se se mnou tahal, strkal mě a snažil se mi vzít telefon.”

1.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



2.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3.
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



Cvičení 3

Níže je představeno šest různých situací spojených s obsluhou zákazníka. Každá z nich má dvě možná zakončení. Které z nich je pro zákazníka více uspokojivé? Proč? Jaké vidíš rozdíly?

<i>Scénka</i>	<i>Popis situace</i>	<i>První zakončení</i>	<i>Druhé zakončení</i>
1.	Pět přátel si rezervovalo stůl v drahé restauraci. Po příchodu potkávají majitele restaurace, který se jim omlouvá a informuje je, že stůl bude volný až za 15-20 minut.	Majitel vysvětluje hostům, že chyba není na straně restaurace, prostě dnes večer přišlo příliš mnoho stálých hostů. Navrhuje zákazníkům, aby počkali u baru a víc se už neukáže.	Majitele trápí, že si hosté nemůžou hned sednout. Slibuje, že co nejdřív obstará volný stůl. Navrhuje zákazníkům, aby se u baru něčeho napili na účet firmy. Po pěti minutách se vrací, aby se ujistil, že je vše v pořádku. Po dalších pěti minutách je informuje, že za několik minut bude stůl volný. Konečně je pak zavede ke stolu a nahlas přitom prosí číšníka, aby je rychle obsloužil. Když končí jíst, přichází ještě jednou a ptá se, zda jsou klienti spokojeni s obsluhou.
<i>Rozdíly</i>			



2.	Klientka, zaneprázdněná matka tří dětí, zavolala opraváře, aby spravil pokaženou pračku, která je ale v záruce. Po provedení opravy mechanik říká	„Prosím ještě sem podpis a musím jít. Měla byste si vyměnit filtr a poprosit někoho, aby vám dotáhnul dvířka. Jsou to maličkosti, udělal bych je sám, ale nejsou součástí záruky, a navíc mám ještě dopoledne dalších deset zákazníků.“	„Odstranil jsem problém. Pračka by teď už měla fungovat bez problémů. Vyměnil jsem taky filtr a dotáhnul dvířka, aby nevrzala. Nezabralo to moc času. Tady je moje vizitka. Pokud se znovu objeví nějaké problémy, volejte. Záruka je ještě rok.“
<i>Rozdíly</i>			
<i>Scénka</i>	<i>Popis situace</i>	<i>První zakončení</i>	<i>Druhé zakončení</i>
3.	Manželský pár si prohlíží auto, nemůže se ale rozhodnout, zda koupit dvou nebo čtyřdveřový model. Prodejce jim dává následující radu:	„Výrobce zrovna dává slevu na dvoudveřový model. Je to dobrá příležitost. Sám bych si ho koupil.“	„Mohli byste mi říct, jak plánujete auto využívat? Bylo by pak pro mě jednodušší vám poradit. Oba modely mají svoje pro a proti a z mých zkušeností vyplývá, že nejlepší je vybírat vozidlo podle konkrétních potřeb.“
<i>Rozdíly</i>			



4.	Zákaznice supermarketu koupila několik potravinových výrobků a láhev bělidla. Zaměstnanec, který u kasy balí nákupy do tašek, se ptá:	„Papírová nebo plastová?“ – načež jí podává dvě tašky: jednu (dvojitou) s bělidlem, druhou s potravinami.	„Bělidlo vám zabalím zvlášť do dvojitě tašky. Bude to jistější – aby se vám taška neroztrhla už na parkovišti.“
<i>Rozdíly</i>			
5.	Mladý člověk jde do banky, aby si – tak jako to už dva roky dělá každý měsíc – vybral šek s výplatou a převedl 10% na spořicí účet. Zaměstnanec u kasy říká:	„Děkuji. Tady máte potvrzení vkladu. V jakých bankovkách chcete vybrat hotovost? Přeju hezký den.“	„Děkuji. Dívám se, že pravidelně ukládáte peníze na spořicí účet. Slyšel jste o novém účtu, který je určen speciálně pro takové klienty? Můžete si převést vaše úspory na tento účet, samozřejmě pokud byste chtěl, a získáte tak vyšší úroky. Děkuji. V jakých bankovkách chcete vybrat hotovost? Přeju hezký den.“
<i>Rozdíly</i>			
6.	Motocyklista si vyzvedává motorku po rutinní prohlídce. Mechanik říká:	„Na viděnou při další prohlídce. Šťastnou cestu přeju.“	„Všechno je v pořádku. Zkontrolovali jsme hladinu oleje, brzdy, převodovku. Vyměnili jsme pár ventilů, které už byly trochu opotřebené. Mohly by vydržet do další prohlídky, ale je lepší neriskovat. Na viděnou při další prohlídce. Šťastnou cestu přeju.“