

Алексей Номейн

Психология покупателя



Алексей Номейн

Психология покупателя

«Издательские решения»

Номейн А.

Психология покупателя / А. Номейн — «Издательские решения»,

ISBN 978-5-44-851840-9

Вам подойдет это издание, если вы имеете прямое отношение к торговле и продажам, а особенно, если лично контактируете с покупателями.

ISBN 978-5-44-851840-9

© Номейн А.
© Издательские решения

Содержание

Введение	6
Мнение клиента	7
Конец ознакомительного фрагмента.	8

Психология покупателя

Алексей Номейн

© Алексей Номейн, 2019

ISBN 978-5-4485-1840-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Введение

Как таковой покупательской психологии не бывает. Психология является общей наукой. Но из заголовка данного издания можно понять, что то, о чем будет здесь идти речь на самом деле, называется **особенностью покупательского поведения**. Покупательское поведение означает формирование желания купить что-либо, зависящее от многих влияющих на это факторов. Задача каждого продавца сделать так, чтобы эти факторы, а также приемы и «фишки» развернули покупательское поведение в нужное им направление, а именно, чтобы товар или услугу купили.

На самом деле, торговля является целой наукой, часть которой мы сейчас немного изучим.

Вам подойдет это издание, если вы имеете прямое отношение к торговле и продажам, а особенно, если лично контактируете с покупателями. Здесь не играет роли, как вы вступаете в контакт с клиентом: обрабатываете заявки через интернет-магазин, путем звонка и переписки или общаетесь с ним в реальной жизни.

Итак, к делу.

Мнение клиента

Если вы содержите или работаете на какой-либо магазин в оффлайне (любой магазин не реализовывающий товары и услуги через интернет), то прекрасно знаете, что мнение о вашем магазине или заведении в целом, в основном, складывается от того работника, с кем пообщается потенциальный покупатель впервые. Это первое, исходя из чего, он решит нравится ему магазин или нет. Вежлив ли, насколько тактичен и разборчив продавец в том, что продает.

Но перед этим покупатель обратит свое внимание на, так называемые, «маячковые ценники», благодаря которым сделает вывод – дорогой ваш магазин или нет.

Чуть отвлекаясь от темы: Маячковые ценники – это ценники на продукты, товары или услуги, которыми пользуется широкая аудитория. Например, покупатель привык к тому, что буханка хлеба везде стоит 30 рублей. А зайдя в ваш магазин, видит ценник 23 рубля. Из этого он сделает вывод, что ваш магазин дешевый.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.