

Практические занятия по Теме 2.

6. Типология покупателей и продавцов.

«Флоранс растерянно заморгала.

- Скажите, а я... в таком случае... только что... тоже попала в какую-то категорию?

- Безусловно, - подтвердил Квота.

- Я пескарь? - не без кокетства спросила Флоранс.

- Нет, скорее мартышка.

Флоранс побледнела.

- Чудеснейшая категория! - И Квота склонился перед ней в любезном поклоне. - Мартышка покупатель - существо живое, любопытное, с хитринкой, однако с трудом сосредоточивает свое внимание и поэтому поначалу опасается попасть впросак, но в то же время, к счастью, достаточно умна, чтобы не заинтересоваться новинкой...

- Так на что же ловят обезьян в вашем зверинце? - спросила она.

- Их нет надобности ловить, - ответил Квота. - Они сами идут в капкан. Мартышка - покупатель без чужой подсказки найдет десятки доводов, чтобы убедить себя то, что ей захотелось. Лучшего клиента для магазина самообслуживания и желать нельзя. Он обожает супермаркеты и с легкой душой спускает там все свои сбережения.

- Значит, в данном случае продавца вообще не требуется?

- Для мелких покупок - нет, назойливый продавец может только напортить. Но для дорогих - скажем, для холодильника, автомобиля - продавец необходим, чтобы в нужный момент пресечь последние колебания, ибо есть риск, что, затянувшись, они могут привести к неуместным критическим раздумьям. Но говорить продавец должен мало. Поэтому к покупателю-мартышке мы шлем продавца-карпа... Для удобства я каждую из семи категорий называю именем какого-нибудь животного: мартышка, угорь, павлин, куница, бык и робкая лань. Последняя - самая распространенная категория. Мы видели прекрасный образец покупателя-быка.

- Кто же это? - удивился Бретт.

- Да вы, - сказал Квота. - Характеристика: нервен, раздражителен, упрям, знает, чего хочет, и заставить его отказаться от своего желания трудно. А хочет он педальный холодильник, которого не существует. Нам же надо продать ему обычный холодильник. Если он почувствует хоть малейшее принуждение, он тут же заартачится и уйдет. Итак, к нему мы пошлем такого деревенского пастушка, который подгоняет быка хворостинкой. Бык одним ударом хвоста может сбить беднягу с ног, однако слабый паренек ведет животное туда, куда хочет, и у водопоя бык почувствует неодолимую жажду. Тут требуется спокойный, неразговорчивый продавец, словом нечто бесцветное и ничтожное.

- А куница? - с любопытством спросила Флоранс.

- Характеристика, - начал Квота, жадность и нескромность. Сует свой нос всюду. Всюду ищет выгоду. Войдя в комнатку, первым делом кидается от столику к столику, все перетрагивает, каждую вещь возьмет в руки, желая проверить, что за ней или под ней. Потом раскроет свою сумочку и, оглядевшись по сторонам, набьет ее конфетами и сигаретами, даже если сама не курит. Потом примется трясти автомат в упрямой надежде привести ее в действие. Таинственный агрегат и висящая криво фотография ее не заинтересуют. Возможно стащит один из журналов, скорее всего со светской хроникой. Ей мы пришлем продавца-лисицу, а тот повернет дело так, что она поверит, будто она сама отыскала запрятанную в углу наилучшую модель холодильника. С остальными категориями я познакомлю вас позже... Набейте себе руку, определяя коммерческую категорию каждого, с кем вы встречаетесь дома, у друзей, в любом месте. Сначала вы будете ошибаться, и часто. Будете принимать «лань» за «павлина», потому что у нее гордый вид, но помните, это напускное, от робости, будете смешивать «мула» и «угря», потому что его упрямство многообразно и противоречиво...

Если, к примеру, покупатель, попав в «ловушку», сразу же не делает попытки, пусть даже мимолетной, поправить висящую криво фотографию, значит он наверняка либо «куница», либо «угорь». И напротив, покупатель, который хотя бы ради интереса не пробует потянуть ручку автомата, может быть только «ланью» или «быком». Ряд

ли стоит говорить о притягательной силе зеркала для «павлина», таинственного агрегата для «мартышки» и т.д. ...

Задания.

- 1) Охарактеризовать методы отбора персонала.
- 2) Разработать методы отбора персонала для определенного, самостоятельно выбранного хозяйственного объекта.
- 3) Сформировать критерии по идентификации неописанных категорий покупателей (угорь, павлин, пескарь, робкая лань) с использованием психологических тестов Квоты).
- 4) Разработать типологию продавцов и рекомендации по их использованию в зависимости от категории покупателя.