



Jak sebou nenechat manipulovat

Marie Hanušová
U3V 26.11.2015

Začneme slušně.....

„Obchod neboli komerce či prodej je lidská činnost, která spočívá ve směňování zboží nebo služeb za peníze, případně za jiné zboží nebo služby“ (wikipedie)

Aby mohl být obchod realizován efektivně, slouží nejrůznější obchodní a prodejní metody.

Metoda

S P I N

aneb klademe otázky

Jak vznikla metoda SPIN

- 70 tá léta - Velká Británie - Skupina Huthwaite Research
- Analýzy 6 000 reálných obchodních schůzek - analýza chování – **úspěch X neúspěch**
- Prověřeno na dalších 30 000 schůzek
- Výsledek:
nejúspěšnější prodejci věnují daleko více času získávání informací od klienta než jejich průměrní kolegové

Pochopení potřeb

- Existují dva způsoby, kterými lidé vyjadřují své potřeby:
 - **IMPLICITNÍ POTŘEBY** – jakékoliv vyjádření týkající se potíží nebo nespokojenosti se současným stavem (mám příliš velké výdaje s provozem auta..., mám přátele v Paříži, ale oni hovoří špatně anglicky...)
 - **EXPLICITNÍ POTŘEBY** - jasné, jednoznačné vyjádření toho, co chci, po čem toužím, jaké mám záměry (potřebuji auto s malou spotřebou, chci se naučit francouzsky, protože)

Zjištění

- Výzkumná skupina Huthwhite Research uvádí:
 - **Implicitních potřeb** bylo u úspěšných i neúspěšných obchodních schůzek přibližně stejně
 - **Explicitních potřeb** bylo u úspěšných schůzek dvakrát tolik
- Z toho plyne:

Nejdůležitější dovedností prodejce, konzultanta, poradce je zjistit implicitní potřeby klienta a přeměnit je na explicitní.

Model SPIN

(akronym z počátečních písmen otázek)

Založen na přeměně implicitních potřeb v explicitní

- **S – Situation Question** (situační otázky)
- **P – Problem Questions** (otázky na problém)
- **I – Implication Questions** (implikační otázky)
- **N – Need Pay Off Questions** (otázky na výhodu)

SPIN

- **S - Situační** - zjišťují se zákaznickovy potřeby, přání, požadavky a současnou situaci
- **P- Problémové** - zvětšuje se problém zjištěný v předchozí otázce a jeho uvědomění si zákazníkem
- **I - Implikační** - vyzývá se zákazník, aby problémovou situaci řešil
- **N - Nelze nekoupit** - představuje se řešení produktu nebo služby

Příklad

Povzdech:

*„...už tomu svému autu moc
nevěřím a zima na krku...“*

explicitní potřeba

1. Fáze – otázky SITUAČNÍ

- V první fázi si potřebuje ověřit informace, zmapovat terén:
 - *Trváte na opravě nebo uvažujete o koupi nového vozu?*
 - *Je pro vás koupě nového vozu v případě např. výhodného úvěrového financování reálná?*
 - *Potřeboval byste podrobnější informace o vystavených modelech?*

2.Fáze – otázky PROBLÉMOVÉ

- V této jste již plně vtažen do aktivní komunikace – hovoříte o tom, co potřebujete
 - *Kolik kilometrů najezdíte za rok?*
 - *Jezdíte delší trasy nebo jenom po městě?*
 - *Jezdíte i přes zimu?*
 - *Kolik osob obvykle je v autě?*
 - *Máte nějaké zvláštní požadavky na vybavení?*
 - *Je pro vás prioritní spotřeba paliva?*

3. Fáze – otázky IMPLIKAČNÍ

- Slouží k naznačení negativních důsledků neřešení stávající problémové situace
 - *Jste ochoten přistoupit na opravu, i v případě, že se dostaneme cenově hodně vysoko?*
 - *Domníváte se, že investovat drahé nové díly do 12 let starého vozu je efektivní?*
 - *Nemůže se vbrzku pokazit cokoliv jiného?*
 - *Nečeká vás zanedlouho technická prohlídka? Nebude už s problémem?*

4. Fáze – otázky NA VÝHODU

- Jak by se vám líbilo toto řešení:
 - *Malý vůz se spotřebou do xx l/100 km*
 - *Cenově do xxx tisíc korun s odkupem starého auta na protiúčet*
 - *Nabídka výhodného úvěru s pojištěním*
 - *Požadavky na zvláštní vybavení zadáme již do výroby*
 - *Po dobu výroby nabídka náhradního vozidla*
 - *Pojďte se s ním projet*



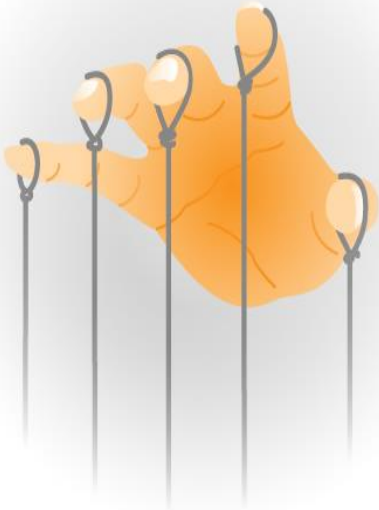
Pokud má zákazník šanci, aby situaci řešil ve spolupráci s prodejcem, jedná se seriózní obchodní jednání.

A close-up, high-contrast photograph of a person's face, focusing on the eyes and nose. The person's eyes are closed, and their expression is serene. The skin is dark and textured. Overlaid on the face in the center is the word "ŠMEJDI" in a bold, white, sans-serif font. The letter 'Š' has a small, stylized leaf or sprig emerging from its top. The background is dark, making the white text stand out prominently.

ŠMEJDI

Co dělají? **MANIPULUJÍ**

**Manipulace je skryté
a zjištěné jednání ve
vztahu k druhému
člověku.**



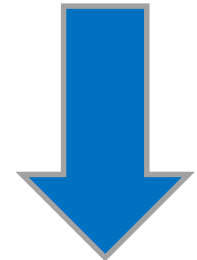
S manipulativním chováním se setkáváme v každém věku a v nejrůznějších prostředích. Manipulovat s vámi může batole, životní partner, manažer i senior.

Je to nelegitimní prostředek k tomu, aby se jedinec, který se cítí slabším, domohl splnění svých přání.

Jak to dělají ŠMEJDI

- Nerespektují potřeby zákazníka, ale preferují svoje
- Trefují se do černého, kopají lidi do slabin
- V současné době je velkým hitem např. zdraví (nádobí už moc nejede)
- Na zdraví záleží každému (*implicitní potřeba*)

Přímo formulují explicitní potřeby, nenechají to na zákazníkovi.



Vy potřebujete zlepšit zdraví a já mám řešení



- Nedají čas na rozmyšlenou
- Zamezí racionálnímu uvažování
- Využívají reakcí primitivnějších emočních center

(Dr. Honzák by to vysvětlil na modelu tří mozků)

Co dělají

- telefonují jménem zdravotní pojišťovny (**v níž samozřejmě vůbec nepracují**), že nabídnou bezplatné zdravotní prohlídky doma
- Oznamují jim výhru v soutěžích o zboží zdravotnického či lékárenského charakteru (**do kterých se oslovení samozřejmě nepřihlásili**).
- Zvou do nových zdravotnických poboček, kde jsou „naprosto úžasné“ přístroje (**které si pak může ten, kdo na to skočí, odnést za velké peníze domů, ač mu budou naprosto k ničemu**).



<https://www.google.cz/search?q=léčitelé>

Do kategorie šmejdů bohužel patří i někteří léčitelé, k nimž se pacienti uchylují s vidinou rychlejšího a jistějšího uzdravení. Platí jim vysoké částky za nic. (v tom lepším případě)

Co na to náš mozek?

snadněji rozhoduje, využije-li zkratek
- mají nás v hrsti –



**Šmejdi dobře znají
fungování lidských
slabostí v logickém
myšlení a ve svých
akcích je pro svůj
prospěch využívají.**

Čeho využívají

- Momentu překvapení
- Název firmy se jen málo liší od vám známé
- Lákají na slevy a výhody
- Neupozorňují na sankční pokuty
- Jednají pod časovým tlakem
- Smlouvy a obchodní podmínky jsou dlouhé a člověk se v nich špatně orientuje

Jak se bránit?





<https://www.google.cz/search?q=šmejdi&biw>

- Proces manipulace má své zákonitosti a čím déle jej necháme „rozjíždět“, tím hůře jej budeme ukončovat
- Nejlepší je udělat „stop“ hned na začátku, i když se možná nemusí jednat o manipulaci

Neurolog Martin Jan Stránský radí



„Jedinou šancí, jak nenaletět praktikám šmejdů, je využít

schopností lidského mozku porovnávat

a vždy se na věci dívat i z opačného konce,“

Například tvrzení „máte sedmdesátiprocentní šanci, že vám lampa zlepší vaše zdraví“

současně znamená, že „máte třicetiprocentní šanci, že se vám vůbec nic nezlepší a přijdete o peníze“.

Několik konkrétních námětů

Uvědomme si že: Ne každý obchodník je zloděj, ale chráníte především sebe. **Tedy:**

- Nekomunikujte s nikým, kdo nabízí slevy a výhody
- Zamykejte vstupní dveře do domu – „filtr“ osob, které pustíte do domu
- Nebojte se volat policii (PČR – 158, MP – 156)
- Odpočty elektřiny, plynu a vody jsou vždy ohlašovány majitelem domu
- Spousta věcí se dá vyřídit, aniž bychom otevírali
- Nepodléhejte vidině rychlého zbohatnutí

- Po telefonu se dlouho nebavte s nikým, kdo něco nabízí – smlouvu lze uzavřít i verbálně (příklad)
- Nereagujte na výhodné nabídky přes internet – taková smlouva se těžko ruší
- Nereagujte na reklamu nabízející cokoli^o bezplatně (výlet, posezení v restauraci) – nemuseli byste ustát tvrdě komerční aktivity pořadatelů

**A tohle je už
snad minulost**



DÁRKY PRO ZDRAVÍ PRO VŠECHNY!

PROGRAM DNE:

- plno zábavy
- velká porce chutného oběda
- rozdělování sra
- losování

OBĚD

STAROČESKÉ VESELÍ

Pojedte s námi ochutnat pravou českou medovinu, domácí sýry a uzeniny

Zve Vás
BCS Group

Dárky pro každého:
prašek, aviváž, jableč. víno
wc závěs, do misky, víno

Persil
il il
il il
il il

Dárky pro manželské páry:
(dárkový koš a župany)

- vlet pohodlným autobusem
- součástí programu je krátká prezentační akce
- odjezd domů po vyžádání občed
- cena 49,- Kč

možnost objednávky na místě

domena rezervací
TELEFONNÍ KŘÍČÍ

POZOR! Pouze u nás si můžete
víno na místě zakoupit

soutěž s tajenkou
- kupte
- vyberte



POUKAZ

na odběr vepřových dobrot

ZDARMA

PŘÍMO NA AKCI!

Kuchařka

1x mačenka

2x jehlička

2x jitrnice

1 kg kyty

1/2 kg česneku



ová reklamní
tvení zdarma
nete, vše co slíbíme
avinové balíčky pro všechny
a pohodlným autobusem

Dárek pro všechny
salámy a lahve
kvalitního vína



Pro mantilly
dárkový balíček



Děkuji za pozornost

**...a nenechte sebou
manipulovat!!!**