

5 meghatározó csoport, akikre a vevőn kívül érdemes odafigyelni

Hajlamosak vagyunk azt hinni, a sikeres eladáshoz elegendő a vásárló minél magasabb szintű kiszolgálása. Pedig a valóságban sok esetben másnál rejlik a döntés kulcsa. Hiszen lehetséges, hogy a tényleges beszerzést pl. a háziasszony intézi, de könnyen előfordulhat, hogy valójában a család egy másik tagjának vásárol. Éppen ezért érdemes végiggondolni, kik állhatnak egy-egy vásárlási döntés mögött, kik lehetnek azok, akik a választást befolyásolják? Az alábbiakban összefoglaljuk azokat a legfontosabb fogyasztói szerepeket és szempontokat, amelyek hatással vannak a beszerzés folyamatára.

1. A kezdeményező

Akiben felmerül a beszerzés gondolata. Az igény származhat például egy problémából, hiányból, de egyszerű vágyból is. A kezdeményező adja az ötletet a vásárláshoz, és ezzel elindítja a döntési folyamatot. Gyakran információt is gyűjt, amellyel segíti a megfelelő áru kiválasztását.

2. A befolyásoló

Más néven a véleményformáló. Valamilyen okból befolyással van a döntési folyamatra, véleménye, meglátásai fontosak a választásnál. Előfordulhat, hogy információi vagy tapasztalatai miatt értékes a hozzájárulása a beszerzéshez, mindenesetre őt is fontos meggyőznünk, ha azt akarjuk, hogy termékünknek vagy szolgáltatásunknak sikere legyen. A befolyásoló ugyanis el is tanácsolhatja a vevőt márkánktól, márpedig az ilyesfajta barátok, családtagok véleménye még ma is fontosabb a fogyasztók számára, mint bármilyen reklámigéret.

3. A döntéshozó

A vásárlással kapcsolatos legfontosabb döntések meghozója. Dönt arról, valóban szüksége van-e adott termékre vagy szolgáltatásra, övé a végső szó a márka kiválasztásakor, és sok esetben a beszerzés helyéről is határoz. Általában a pénzforrás biztosítója vagy hatalommal rendelkező személy.

4. A tényleges vásárló

A beszerzés lebonyolítója. Ő gondoskodik arról, hogy a megvásárlásra kiválasztott áru eljusson a felhasználóhoz. Előfordul, hogy szerepe ennél tovább nem is terjed, éppen ezért semmilyen befolyása nincs arra, melyik terméket vagy szolgáltatást szerzi be. Más esetben azonban egymagában felveheti valamennyi előző szerepet, amennyiben a körülmények miatt gyors döntésre van szükség, és helyzetéből adódóan ő van jelen.

5. A felhasználó

A termék vagy szolgáltatás igénybe vevője, élvezője. Szerepe különösen a visszajelzés kapcsán fontos, hiszen elégedettsége biztosíthatja az újravásárlást. Elvárásai, igényei legtöbbször jelentősen befolyásolják a választást, de olyan eset is adódhat, hogy egyáltalán nincs a döntésre hatással.

Természetesen fenti szerepek sok esetben összefolynak, sőt, nem ritkán valóban egyetlen személyben összpontosulnak. Mégsem szabad elfeledkezni az öt különböző szerep eltérő szempontjairól, hiszen ismerve őket hatékonyabban tudjuk marketingrendszerünket kialakítani. A döntéshozatalba bevont szereplők azonosítása után ugyanis a megfelelő személyhez (pl. a befolyásolóhoz)

juttathatjuk el a szükséges információkat, miközben a tényleges felhasználó elvárása szerint alakíthatjuk termékünket vagy szolgáltatásunkat. A szerepkörök ismeretében elkerülhetjük azt a hibát is, hogy miközben árunk tökéletességéről a felhasználót próbáljuk meggyőzni, a vásárlás ügyében döntést hozó figyelmét elkerüli ajánlatunk.

Forrás: marketinginfo

