

Psychologie zákazníka (XPSZ)

Psychologie ceny

Renáta Pavlíčková



Psychologické cíle stanovení ceny

- získání prestiže a vytvoření pozitivní image ve společnosti
- věrnost zákazníků (firmě, výrobku apod.)
- spokojenost zákazníka



Dilema – Koupit či nekoupit?



Ráció versus impulzívni nákupy



Rácio versus emoce



Akceptace ceny



Hledání řešení



Drahý versus levný



Vnímání ceny spotřebitelem

- Drahý X Levný
- Dostupný X Nedostupný (pro mne)
- Nutná potřeba – touha – investice



Jak zvýšit spokojenost zákazníků?



Spokojenost zákazníka



- **Spokojenost zákazníka** je pocit (zklamání nebo potěšení), který je závislý na porovnání skutečného a očekávaného přínosu produktu.
- Zákazník může dosáhnout několika stupňů spokojenosti.
- Pokud produkt splní očekávání zákazníka, je s ním zákazník spokojen, pokud ho předčí, pak je velice **spokojen**.
- Jestliže však přínos daného produktu nesplní očekávání zákazníka, je **nespokojen**.
- Očekávání zákazníků jsou založena na minulých nákupních zkušenostech, na slibech a informacích firem a konkurentů a na názorech svých známých.

Spokojený zákazník



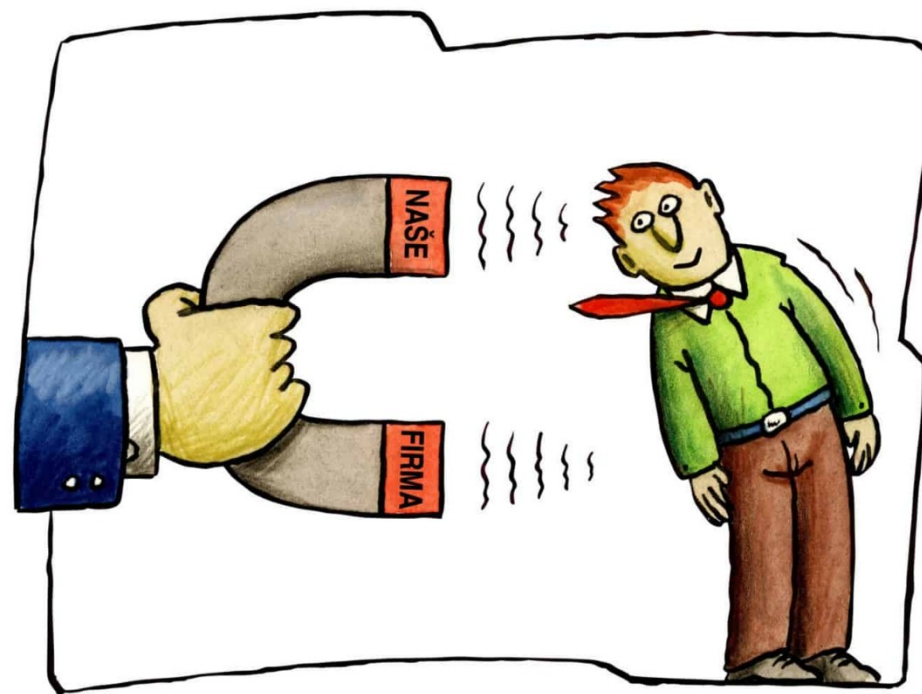
1. Kvalita zboží na prvním místě
2. Jednoduchý nákupní proces
3. Veškeré informace přehledně a srozumitelně
4. Komunikace v tónu zákazníka
5. Ptejte se spokojených i nespokojených zákazníků na zpětnou vazbu
6. Hledejte, co o vás zákazníci říkají
7. Zpětnou vazbu analyzujte jako celek
8. Personalizujte
9. Odpovídejte rychle
10. Odpovídejte pravdivě
11. Zajímejte se, ale nespamujte
12. Odlište se od konkurence a udělejte něco navíc

Levný versus drahý



Jak si udržet zákazníka

- Cenová strategie
- Cenová psychologie



Psychologie rozhodovacího procesu



Levný versus drahý

Test nanuků

Levný výrobek porazil
slavné značky



Přínos pro zákazníka

**Které vodě dáváte
přednost?**



Kohoutkové



Balené



Cena a kvalita

**Česko dává stopku
dvojí kvalitě potravin**

Tento krok nesmí
být posledním



Štvou vás nevyžádané telefonní hovory?



Přidejte se k naší kampani
Stop telešmejdům



Psychologie „času“

**Kde nakupujete
potravinu?**



V obchodě



Online

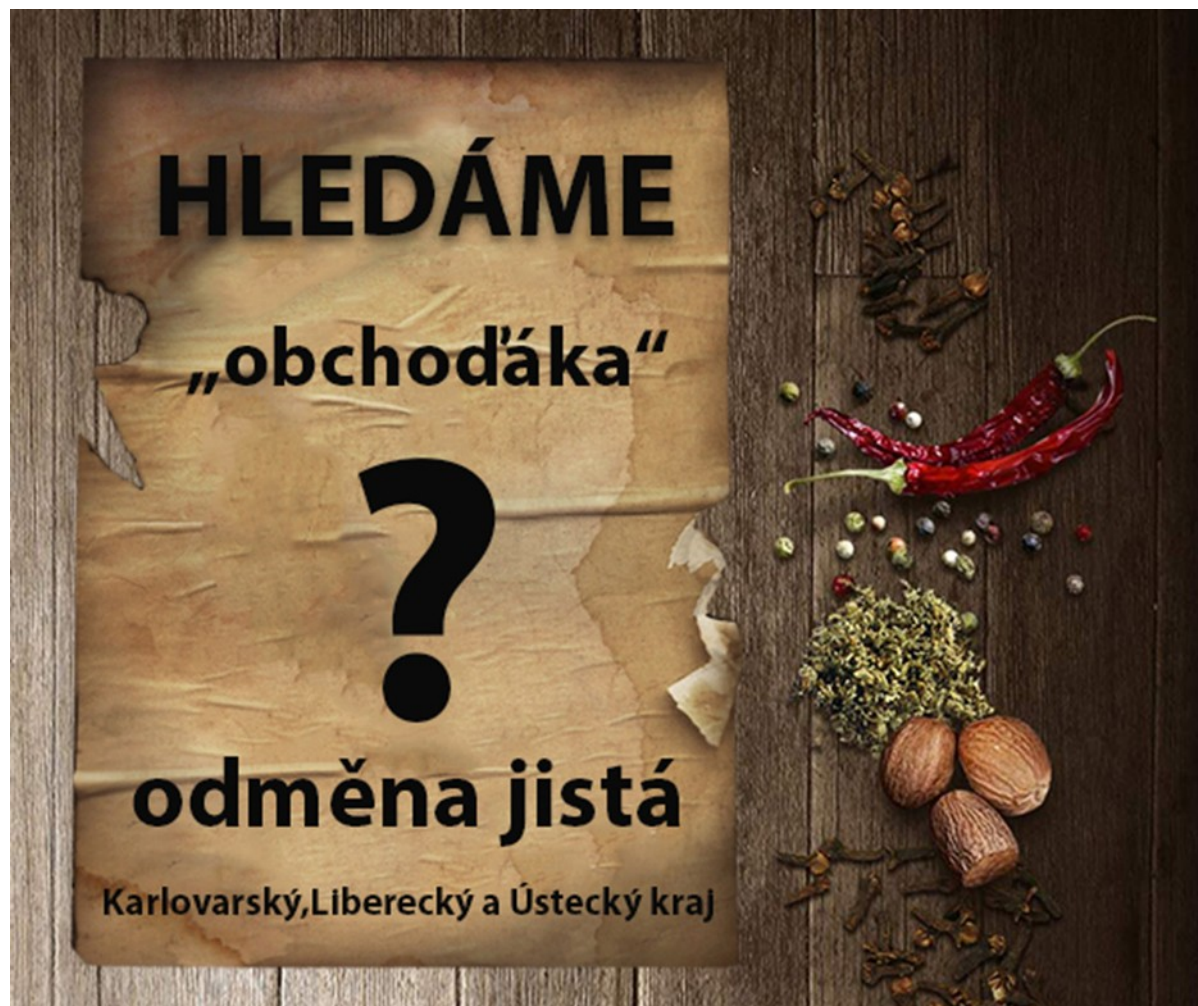
Davová psychóza



Psychologie: první dojem, respekt, prestiž



Psychologie: „cena obchodníka“



Děkuji
za pozornost

