



Zdjęcie stworzone przez
nowoczesną technologię

W jaki sposób zmieniają się sposób podejmowania decyzji zakupowych przez Klientów?

1) Rosnący wybór = rosnące oczekiwania Klientów

Każdego dnia mamy do dyspozycji miliony produktów do kupienia. W różnych kategoriach mamy ogrom możliwości. Również na rynku samochodów używanych mamy bardzo bogatą ofertę dostępną chociażby na portalach ogłoszeniowych. Jeśli jako Konsumenci mamy możliwość przebierać, to automatycznie zaczynamy porównywać, a to nieuchronnie prowadzi do wyrobienia sobie konkretnych oczekiwań. Jest to zatem naturalne zjawisko i nie powinno nas to dziwić. Pytanie natomiast jak urealniać wyobrażenia Klientów i skutecznie sprzedawać.

2) Przyzwyczajanie do wygody i elastyczności procesu obsługi w innych branżach

Odkąd rynek stał się typowo kliencki to trwa wyścig o to kto zapewni Klientowi lepsze doświadczenia zakupowe. Najlepiej tempo tych zmian obrazuje sprzedaż e-commerce. Gdy kupujemy przez Internet możemy tak na prawdę z dnia na dzień zaobserwować udogodnienia, które poprawiają jakość zakupu. Te same zjawiska, tylko nieco wolniej mają miejsce w sprzedaży offline.

3) Potrzeba dopasowania się Sprzedawcy do Klienta

Ludzie są w dzisiejszych czasach niezwykle zajęci, zabiegani, zaabsorbowani swoimi codziennymi zajęciami. Nie mają tendencji żeby rezygnować ze swojej wygody w imię dokonania zakupu. Bardzo ważne jest zatem dopasowanie sposobu komunikacji, czasu i wzbogacenie oferty o dodatkowe, atrakcyjne dla Klienta usługi i produkty. Wszystko co pozwoli Klientowi zaoszczędzić czas i pieniądze będzie ważne.



Trend 1: Rola Sprzedawcy w mediach społecznościowych

88% Polaków korzysta z Internetu a **65% dokonało** zakupu w Internecie.

W grupie wiekowej powyżej 65 lat zakupu przez Internet dokonało 25% osób.

92% osób wybiera Facebooka jako kanał zakupu. Inne media społecznościowe są ważne pod kątem wizerunkowym oraz budowania zaufania.

Wniosek 1: Trzeba je mieć 😎

Wniosek 2: Treści powinny być krótkie i wyróżniające się

Wniosek 3: W swoich komunikatach zastosuj zaproszenie do działania i pokaż siebie



Trend 2: Zakupy lokalne - promocja w regionie

Klienci chcą kupować lokalnie - dla Sprzedawcy to szansa na wypromowanie się w regionie. Należy pamiętać o tym, że reklama regionalna często jest dużo tańsza i bardziej skuteczna niż reklama celowana globalnie. Dużo łatwiej jest pozyskać i utrzymać Klienta lokalnego. Należy pamiętać o tym, że 72% Klientów zmienia samochody w przedziale między 1 - 6 lat. Po tym czasie Klient poszukuje kolejnego samochodu i jeśli ma dobre doświadczenia z zakupu u Ciebie to z dużą dozą pewności wróci po kolejne auto.

Dlaczego zakupy lokalne zyskują na znaczeniu?

- przez potrzebę wygody i oszczędności czasu
- przez zaufanie do lokalnych firm
- unikanie długich wyjazdów

Jak wykorzystać ten trend w codziennej pracy?

- kreowanie lokalnych reklam
- budowanie relacji z Klientami i systemów poleceń
- oferta usług dodatkowych wartościowych dla Klienta

Trend 3: Dopasowanie się do Klienta

Klienci oczekują dokładnie tego co oferują im inne branże. Cały świat sprzedaży walczy o to kto zapewni Klientowi większą satysfakcję z zakupu i użytkowania produktu. Z tego powodu oczekiwania Klientów w kolejnych latach będą jeszcze bardziej rosły.

Jak dopasować się do Klienta?

- poprzez wygodny dla Klienta sposób komunikacji

Aż 75% młodych ludzi nie odpowiada na telefony z wyboru. Możemy sobie zatem wyobrazić jak trudno jest takiemu człowiekowi wykonać pierwszy krok i zainicjować kontakt bezpośredni dzwoniąc. Otwarcie się na możliwość kontaktu z Klientem poprzez maila czy czata da Sprzedawcy możliwość pozyskania nowych Klientów, którzy zaliczają się do wyżej opisanego grona.

- dzięki indywidualnemu podejściu do potrzeb i preferencji Klienta

Klienci teraz oczekują tego, że to Sprzedawca dopasuje odpowiedni produkt do ich potrzeb. Zazwyczaj wiedzą jakie funkcje ma dla nich spełniać dany produkt, ale nie mają czasu specjalizować się i edukować w poszukiwaniu najlepszego wyboru, od tego mają profesjonalnego Sprzedawcę. Tym samym jego rola ogromnie zyskuje na znaczeniu, co można w łatwy sposób wykorzystać dla podkreślenia swojej wiedzy, doświadczenia, profesjonalizmu i zbudowania zaufania.

Trend 4: Bezpieczeństwo transakcji i użytkowania produktu

**Tylko 5-7% Klientów kupuje więcej niż przez wzrostem inflacji.
90% Klientów więcej składa reklamacje i dokonuje zwrotów towaru.**

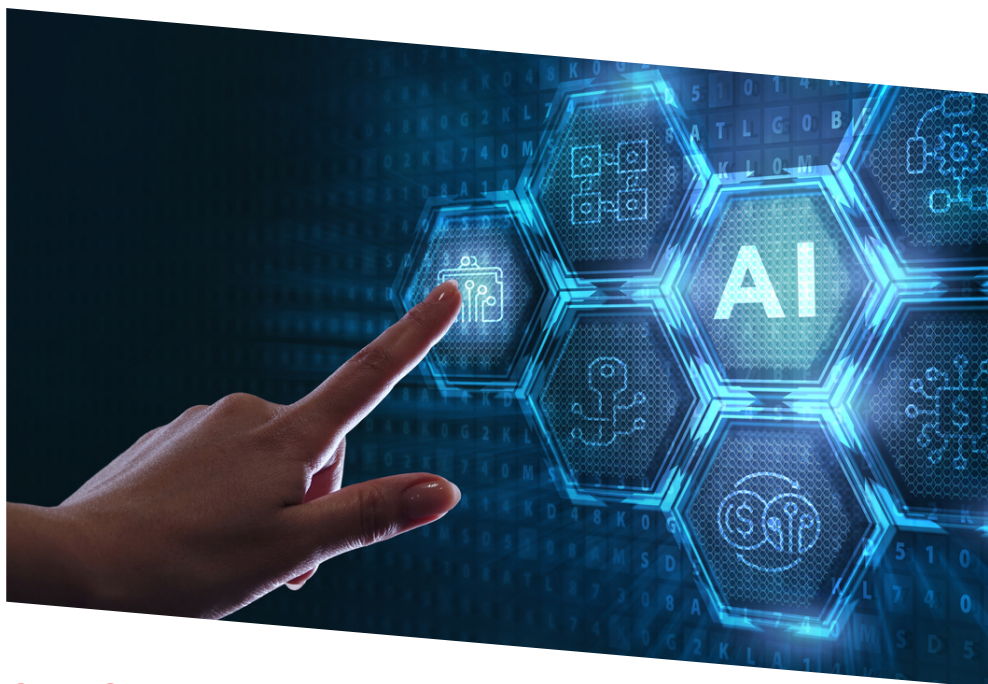
Aspekt finansowy

Klienci nie chcą wydawać dużej ilości pieniędzy na raz w obawie przed utratą płynności finansowej. **Kredyty czy leasingi** ułatwią decyzję Klientowi, a Sprzedawcy dadzą szansę na dodatkową prowizję.

Aspekt użytkowy

Klienci boją się ewentualnej awarii samochodu, który od Ciebie kupią. Zaoferuj im **dodatkową Gwarancję**, która zniweluje tę obawę. Tobie z kolei da to spokój od rękojmi i dodatkową prowizję. Gwarancja jest w dzisiejszych czasach nieodłącznym elementem transakcji.

Podsumowując bezpieczeństwo to nie tylko to czy auto się nie psuje, ale również obawa przed utratą płynności finansowej po wydaniu dużej ilości gotówki. Klienci w czasach inflacji oraz niestabilnej sytuacji polityczno-gospodarczej na świecie będą na bezpieczeństwo zwracali szczególną uwagę.



Chat GPT i nowoczesny marketing

Coraz większa ilość firm do tworzenia swoich treści wykorzystuje chat GPT, który za pomocą krótkiego opisu twórcy jest w stanie stworzyć dowolnej objętości tekst, na dowolny temat.

Phygital

Phygital to trend, który polega na łączeniu w handlu doświadczeń fizycznych (ang. physical) i cyfrowych (digital) np. sklepy e-obuwie.pl

Systemy rekomendacji produktów

Zwany również silnikiem rekomendacji to narzędzie, które generuje i dostarcza polecane produkty konkretnemu użytkownikowi na podstawie jego wcześniejszej aktywności i preferencji.

Rola człowieka

„Za każdym razem, kiedy widzisz biznes, który odnosi sukces, oznacza to, że ktoś kiedyś odjął odważną decyzję”.

Peter Drucker

Dzięki tej odwadze to Wy pozostajecie najważniejszymi ogniwami swoich biznesów. To niezmiennie intuicja i wyczucie rynku, których żadna technologia nie ma sprawia, że biznes osiąga sukces.