

# Getxo >MEETING<



## Urriak 15

### Pentsatu zure bezeroengan eta zer zerbitzu osagarri beharko lituzkeen

Zure bezeroekin enpatizatzeke tresnak jarri ditugu martxan, laburpena azalduko dizugu eskuragarri izan dezazun.

Getxo MEETING saioan, lehenasuna zure negozioan aurrera egiten jarrai dezazun behar duzuna ematea da. Eta oinarritzko gaietako bat benetako enpatia-ariketa egitea da. Erosten dizunari —edo horretarako asmoa duenari— daukazuna ez ezik, behar duena ere eskaini behar diezaiozun. Edo bere izaera eta pentsaerari hobeto egokitzen den moduan azaltzea gauzak.

Adi, ez gara beste batzuetan aztertu ahal izan dituzun profilei buruz ari, hau da, *sexuaren, adinaren edo erosteko mailaren arabera banaketari*. Beste zerbitzetara goaz orain. Datu kualitatiboak. Pertsonaia-ereduak sortzera goaz, zeinak beren pertsonalitateagatik gauzak beste modu batera behar baitituzte.

Ariketa hau **Pertsonak** deitzen da.

Ariketa hau egiteko, arkatx bat eta orri bat hartu.

1. Daukazun negozio-motan eragina izan dezaketen pertsonen bi dimentsio psikologiko aukeratu itzazu. Esate baterako, demagun eskrima-eskola bat daukazula (zuk zure kasura aplikatu ezazu). Adinaz, sexuaz eta erosteko mailaz haratago, badaude zure bezeroaren dimentsio psikologikoa ulertzeko

eta behar duen moduan berarekin hitz egiteko eta entzuteko erabakigarriak diren beste gai batzuk.

2. Gurutze bat marraztu. Hau da, marra bertikal bat eta marra horizontal bat. Bi dimentsio edo alderdi garrantzitsu aukeratuko ditugu marraztuta dagoen marra bakoitzeko.

Adibidez:

Eskrima-eskolaren kasuan:

Parametro bat arriskua izan daiteke, bizi-tza ausartago bat edo horren ausarta ez den bat.

Beste dimentsio bat zure trebetasuna izan daiteke, trebeagoa edo horren trebea ez den pertsona bat.

Marra bakoitzaren alderdi batean "+" edo "-" jarriko dugu. Hala, lau koadrante geratuko zaizkigu, bakoitza bi dimentsio horietako gurutzeak osatuta.

- Trebeagoa eta ausartagoa
- Trebeagoa eta ez horren ausarta
- Ez horren trebea eta ausartagoa
- Ez horren trebea eta ez horren ausarta.

Orain profil horiek izan itzazu gogoan, izen bat jarri diezaiezu (kasu horiek islatzen dituzten izen errealak ere izan daitezke), eta nolakoak diren irudikatu:

- Trebeagoa eta ausartagoa. Ruth: Laster hasi nahiko da, beharrezkoak diren azalpenak soilik entzun nahiko ditu, ziurrenik antzeko kirolak egin izan ditu. Zenbait gai gako nabarmendu beharko dira eta autoexijentzia erregulatzen lagundu.
- Trebeagoa eta ez horren ausarta Ane: Konfiantza eman, bere trebetasunak balioko diola erakutsi eta behar duenean lagunduko diogula azaldu.
- Ez horren trebea eta ausartagoa Juanjo: Entzun behar du. Gauzak behar bezala egiteko garrantziaz ohartarazi. Astiro hitz egin. Lasaitasuna helarazi eta azalpenak emateko garrantzia jakinarazi.
- Ez horren trebea eta ez horren ausarta. Aitor: Beldurrarekin edo aurreiritziekin etorriko da. Dena behar beste aldiz azaltzea, laguntza eskaintzea, zalantzak argitzea eta sortu daitezkeen beldurrei aurrea hartzea, dauzkan aukeretan konfiantza helaraztea.

Baina kontuz! Ariketa argitzeko adibide bat baino ez da, ados? Ez du zertan bat etorri zure errealitatearekin. Tresna honek balio dizu zuk negozioa ondo ezagutzen duzun profil psikologiko mota gakoetan pentsatu dezazun.

Laburbilduz: Ariketa honen bidez, norbait zure denda, enpresa edo negozioa nola joaten den ulertuko duzu, bai eta zer bilatzen duen ere. Eskrima-eskola adibidearekin, agian susmatuko duzu zure bezeroak kirol-esperientzia berritzailea nahi duela, baina beste pertsona batek, aldiz, agian nahi duena soilik da ausartzea, gainditu beharreko erronka bat jartzea, eta aurrerapausoa egitea. (Edo opari-bono bat eman diote eta ez du aukera galdu izan nahi).

Ariketa egitean argitara atera diren beste gauza batzuk:

- Garrantzitsua da ulertzea gauzak azaltzeko zure modua pertsona batzuentzat baliagarria dela baina ez beste batzuentzat. Batzuek datuak eta ezaugarriak maite dituzte, eta beste batzuek, aldiz, motibatzea eta inspiratzea behar dute.
- Erabat aldatu behar duzun gauza bat: enpatizatzea eta soilik zure modukoak eta zure antzera pentsatzen dutenekin konektatzea (orokorrean antzeko adinekoak...) eta gainerakoak baztertzea. Kontuz horrekin, tratuan antzematen delako eta ondorioz oso publiko preziatua galdu dezakezulako. Agian zure lana komunikazioan publiko-mota batean arreta jartzea da, baina horiekin guztiekin enpatizatu eta konektatu behar duzu.

Customer Journey Mapping ariketa ere egin dugu, zure bezeroak egiten duen guztia zehazteko (urratsez urrats), hau da, zu behar zaituenetik salmenta ondorengo zerbitzua amaitzen den arte, eta urrats bakoitzean nola sentitzen den ikusi. Une zailtan bere aldartea hobetuko duten gauzak aldatu ahal izateko.

Pertsona horrek aurrean duen errusiar mendi emozionala marraztu eta urratsez urrats banakatu dezakezu, bizitzen ari den guztia ulertu ahal izateko.