

9 typů klientů podle chování

Ať už je klient kdokoli a jakýkoli, vždy existuje ten správný čas, kdy rád využije vašich služeb. Proto je důležité, aby si vás pamatoval. A je na vás, jak toho docílíte.



**Monika
Tutterová,**
koučka
a školitelka

Kdo je pro vás klient, jak byste ho definovali? Je to člověk, který je uveden v databázi firmy. Nejspíše ho už někdo někdy kontaktoval, možná už od vás nějakou službu či produkt má, anebo ještě ne. Může to být ale i člověk, který ve vaší databázi ani není. Někdo, koho potkáte přes networking, přes další známé či profesionály.

Je vůbec rozdíl mezi dobrým klientem a špatným klientem?

Věřím, že většina by ráda měla klienta, který ví, co chce, chce to hned a je schopen zaplatit částku, jakou si řekneme. Je to tak? A co s klienty, kteří takoví byli, ale v dnešní době již nechtějí služeb využívat? A co například noví klienti, kteří se ještě nerozhodli?

Jaká je vaše strategie budování vztahu s klienty potenciálními či stávajícími? Liší se? Jestli ano, tak v čem? Podívejte se na těchto 9 typů klientů, dle jejich chování najdete tipy, jak se k nim chovat tak, aby vás poslouchali a aby si vás pamatovali.

9 typů klientů dle chování

Existuje 9 typů klientů a každý to známe. V každé firmě, každý poradce alespoň jednou v životě zažil nejméně jeden typ z následujících klientů (*zdroj: DM2 Studios LLC*):

> **Zvědavý.** Když je poprvé potkáte je až k neuvěření, jak moc se zajímají o vaši práci! Obecně jsou hyperaktivní, velmi přátelští a hodně upovídaní. Budou chtít pravidelné schůzky a vědět, co jste jak udělali.

S takovými klienty je vždy dobré jednat napřímo: Řekněte, že jste zaneprázdnění, váš čas je limitovaný a že se chcete soustředit na danou práci. Zvědavý klient tomuto rozumí a respektuje.

> **Zapomnětlivý.** Takovýto klient vás vždy překvapí svou nepozorností a zapomnětlivostí. Chtějí být ujištění, že se s nimi férově zachází. Buďte s nimi trpěliví, používejte terminologii a příklady, se kterými se mohou ztotožnit, obrázky a vizuální pomůcky k ilustrování vašich bodů, a všechno sepište. Napsáním komplexní smlouvy jim pomůžete cítit se bezpečně.

> **Všeználek.** Jednoduše tyto klienty poznáte, protože je nebudete mít rádi hned po vašem prvním meetingu, kdy budou přesně vědět, co děláte za práci a jak ji máte dělat. Ale z nějakého důvodu se s vámi setkali!? Jejich touha je jasná. Chtějí mít kontrolu a chtějí respekt, tak jim to dopřejte. Dejte jim kompliment, ne-

zastavujte se a neopravujte každé malé slovo, a nebo pro ně nepracujte. Jestli klient nerespektuje vaši práci, poohlédněte se po jiném.

> **Lakomec.** Klient, který má svůj rozpočet a pro nízkou cenu je ochoten obětovat čas i kvalitu. Vždycky si vyberou levnější variantu. Hlavně chtějí, aby to fungovalo. Jestli je chcete potěšit, řekněte jim, kolik jste jim ušetřili peněz, udělejte svou práci rychle, ujistěte se, že máte podepsanou smlouvu, než s nimi začnete pracovat.

> **Snílek.** Snílci mají hlavu plnou zvláštních a velkých plánů a představují si službu, kterou od vás získají jako nejlepší možnou. Snílci chtějí, aby se jim splnily jejich sny, takže pozor na vysoká očekávání. Nejprve je potřeba snílka přenést zpět do reality. Zeptejte se jich na příklady jejich vize a také na detaily, buďte upřímní s cenami a časovým rámcem.

> **Pomocník.** Nejdříve to může být skvělé, že jste potkali někoho, kdo s vámi chce být neustále v kontaktu. Ale po chvíli vám bude přítěží, hlavní cestou jak zajistit, aby vaše spolupráce fungovala, je zaneprázdnit je. Delegujte, dejte jim úkoly, zadejte jim udělat průzkum.

> **Sprinter.** Neustále přemýšlí nad časem. Tito klienti jsou velmi vážní, když přijde na deadline a hodně často to jsou velmi zaneprázdnění, těžce pracující lidé. Nejlepší je přistupovat obezřetně a hlídat si termíny.

> **Podřízený.** Co podřízení chtějí, to je úplně jedno, co je důležité je, co chtějí jejich „nadřízení“, další lidé? Budete mít šťastného klienta, jestliže výsledek potěší „nadřízené“. Nejlepším přístupem je sepsat všechny dotazy najednou, připravit se na pauzu, než dostanete odpověď a shrňte svou práci tak, aby to mohl tento typ klienta reprodukovat dále.

> **Delegát.** Delegát je nejlepším klientem, protože si vás najal proto, že ví, co děláte, očekává dokončenou, profesionálně vykonanou práci. Proto je nejlepší mít hotový výsledek v přiměřené době, být přímý a upřímný.

Přemýšleli jste někdy, jak by se váš projev podvědomě změnil, kdybyste ke klientovi přistupovali jako k nejlepšímu příteli? Rádi byste se s ním sešli, klient by vás opravdu upřímně zajímal, ne jen z profesní stránky a kolik na něm můžete vydělat, ale i z osobní stránky, poslouchali byste ho hlouběji, opravdu byste slyšeli jeho vyprávění. Tak navážete ty nejlepší a nejdéle trvající obchodní vztahy. ●