PSYCHOLOGIA SPRZEDAŻY

Plan szkolenia

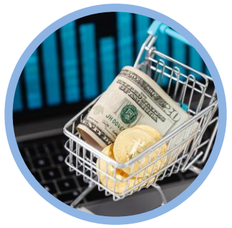
Wprowadzenie do psychologii sprzedaży

Motywacje zakupowe i ścieżka klienta

Neuropsychologia decyzji zakupowych

Zaufanie i relacja z klientem

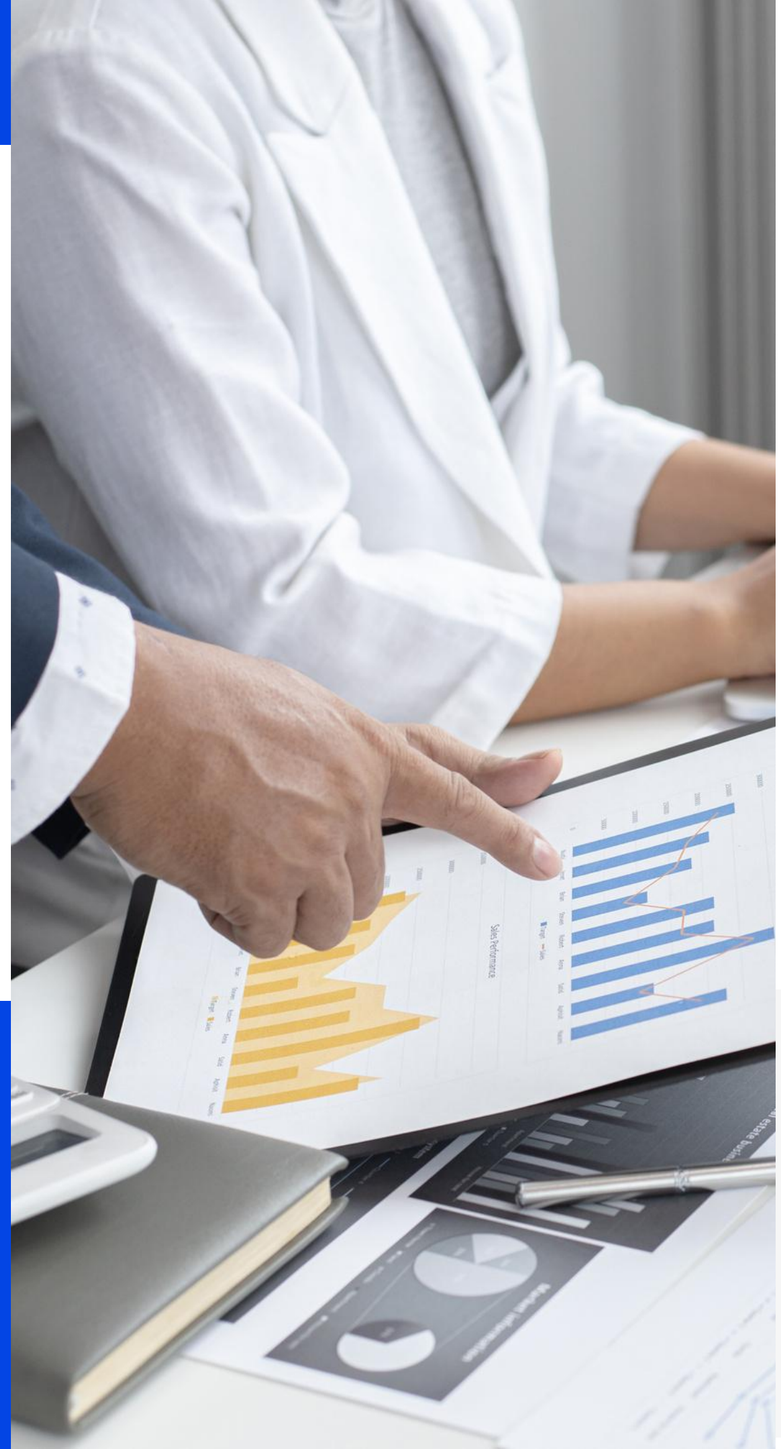
Perswazja a manipulacja



Warsztat umiejętności sprzedażowych

Wprowadzenie do psychologii sprzedaży

MODUŁ 1



Cele kształcenia:

01 Zrozumienie mechanizmów psychologicznych wpływających na decyzje zakupowe

02 Rozwijanie umiejętności rozpoznawania typów klientów i dopasowania komunikacji

03 Kształtowanie etycznych postaw w procesie sprzedaży

04 Doskonalenie kompetencji w zakresie budowania relacji z klientem

Psychologia sprzedaży – czym jest i na czym polega?

Dlaczego jedne oferty przyciągają jak magnes, a inne znikają w tłumie?

Psychologia sprzedaży – czym jest i na czym polega?

Odpowiedź tkwi nie tylko w **jakości produktu**, ale w tym, **jak go komunikujemy**. Psychologia sprzedaży to klucz do zrozumienia, co naprawdę kieruje decyzjami klientów – i jak skutecznie, a zarazem etycznie, wpływać na ich wybory.

Psychologia sprzedaży

01 Łączy psychologię, komunikację i wpływ społeczny, by skutecznie i etycznie prowadzić klienta do zakupu.

02 Zwiększa skuteczność sprzedaży, pomaga budować relacje, lepiej rozumieć potrzeby klientów i dopasowywać komunikację, prowadząc do wyższej konwersji i długoterminowego zaufania.

Psychologia sprzedaży – dwa spojrzenia

01

Psychologia sprzedaży w praktyce to uważne słuchanie, dobór języka, reagowanie na emocje i opór, budowanie zaufania i pokazanie wartości – z empatią, a nie presją.

02

Psychologia sprzedaży w marketingu pomaga tworzyć komunikaty, które angażują emocjonalnie, trafiają w potrzeby i zwiększają skuteczność kampanii – od pierwszego kontaktu po finalizację zakupu.

Dlaczego klienci kupują?

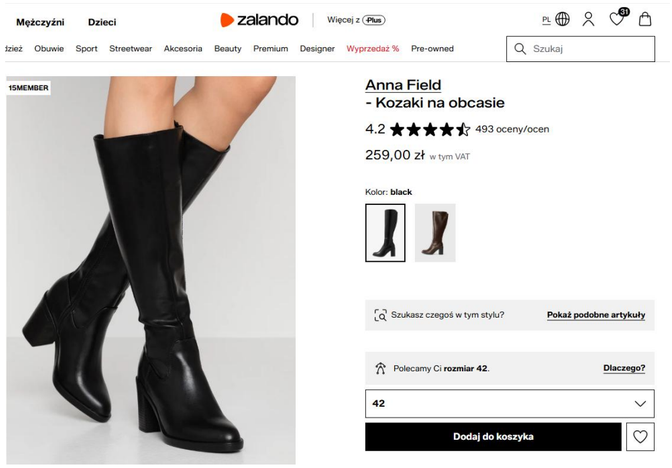
Współczesne standardy sprzedaży

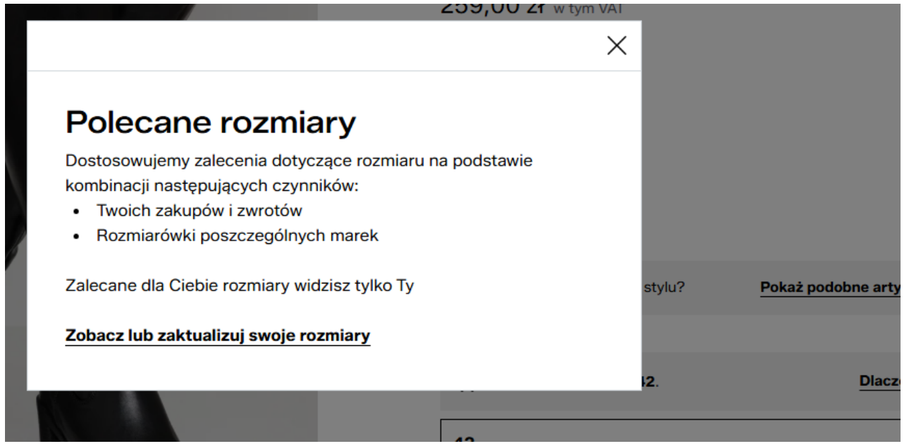
Transakcja → **Relacja**

- ✓ Od sprzedaży transakcyjnej do relacyjnej
- ✓ Kluczowe trendy: personalizacja, ekologia, omnichannel
- ✓ Przykład: Sukces Zalando dzięki personalizacji

Trzy najważniejsze trendy kształtujące branżę obuwniczą

1. Personalizacja
2. Ekologia
3. Omnichannel





Nie sprzedaję butów – buduję relacje.

Co sprawia, że klienci wybierają Twój sklep obuwniczy?

- jakość
- obsługa
- cena
- atmosfera

Rys. Schemat 6 zasad Cialdiniego

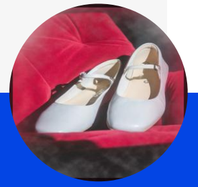
Zasady wpływu społecznego

Techniki wpływu społecznego to pewne opracowane wzorce postępowania, które mają na celu doprowadzenie do oczekiwanych zmian u drugiego człowieka. Jedną z najlepiej opracowanych technik wpływu społecznego przedstawił Robert Cialdini czyli 6 reguł wpływu społecznego.

PODSUMOWANIE

Klienci kupują emocje,
nie produkty.

Sprzedaż relacyjna
zastępuje transakcyjną.



Emocje, atmosfera
i personalizacja to klucz
lojalności.

Wpływ społeczny
wzmacnia skuteczność
etycznej sprzedaży.