**INOVAČNÍ VZDĚLÁVACÍ NÁSTROJE**

****

**Téma: „ROZHODOVÁNÍ PŘI NÁKUPECH – VRÁCENÍ ZBOŽÍ”**

***Didaktické podklady připravili:***

***Dr. Tomasz Zacłona***

***Dr. Monika Danielska***

**Cvičení 1**

Charakterizuj sebe jako klienta. V tabulce označ druhy klientů (podle jednotlivých kritérií), ke kterým se řadíš.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kritérium třídění** | **Druhy klientů** | **ANO/NE** |
| **Způsob reakce na zboží** | * reagující racionálně
 |  |
| * reagující emočně
 |  |
| **Postoj k novému zboží** | * inovační (lídr)
 |  |
| * opakující
 |  |
| **Důvěra k prodávajícímu** | * nedůvěřiví
 |  |
| * důvěřiví
 |  |
| * plní důvěry
 |  |
| **Očekávání vůči prodávajícímu** | * rozhodní
 |  |
| * očekávající radu
 |  |
| **Druh vjemů, na které je klient citlivý při nákupu** | * vizuální
 |  |
| * ostatní vjemy: dotek, sluch, čich
 |  |
| * očekávající na odpověď prodávajícího
 |  |
| * reagující současně na informace a na vizuální vjemy
 |  |
| **Očekávání ohledně standardu obsluhy** | * očekávající vysoký standard obsluhy
 |  |
| * očekávající střední standard obsluhy
 |  |
| * očekávající nízký standard obsluhy
 |  |
| **Sklon k nákupu pod vlivem impulsu vyvolaného marketingovými metodami** | * velmi silně reagující na každý stimul (např. ohmatání produktu)
 |  |
| * slabě reagující na marketingové metody obchodu, ale kupující pod vlivem příležitosti, aby nemusel přicházet do obchodu znovu a neztrácet další čas na nákupy
 |  |
| * se sklonem k impulsivním nákupům, když má hodně času, čili nenakupující ve spěchu.
 |  |
| * nereagující na impulsy a nakupující pouze ty produkty, které si naplánoval před příchodem do obchodu
 |  |

**Cvičení 2**

Vyplň příkladový formulář vrácení zboží. Vymysli si, jaký výrobek jsi koupil a důvod jeho vrácení.