**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.