


# Fundamente de Antreprenoriat

Curs 4: Cine sunt potențialii clienți  
și ce așteptări au

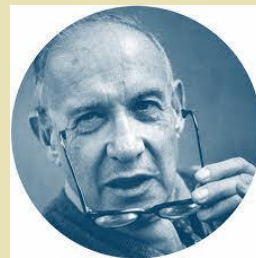
Dafina SUCIU  
Sales Manager, Cluj Hub  
[www.linkedin.com/in/dafina-suciu/](https://www.linkedin.com/in/dafina-suciu/)







“Cel mai bun mod prin care poți prezice viitorul este să-l creezi.”

—Peter Drucker





# Agenda

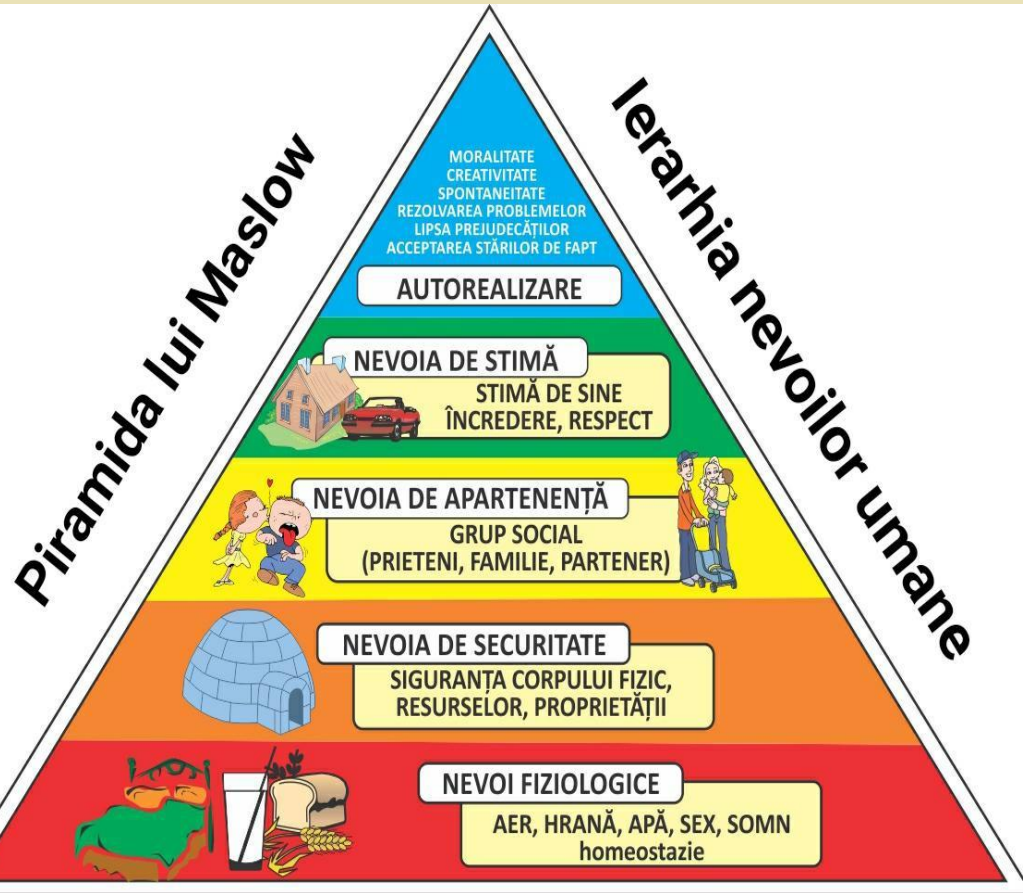
- Legătura dintre marketing și nevoile clienților
  - Piramida lui Maslow și Psihologia consumatorului
  - Tehnici de identificare a nevoilor clienților
- 
- 

# Legătura dintre marketing și nevoile clienților

- Marketingul reprezintă acel proces de management care identifică, anticipează și satisface cerințele clientului în mod eficient și profitabil.



# De unde pornim în analiza nevoielor consumatorilor?




- Deși toate nevoile sunt instinctive, nu toate sunt la fel de puternice.

- Astfel, nevoile cele mai puternice au fost așezate la baza piramidei trebuințelor.

- Cu cât o nevoie urcă spre vârful piramidei, cu atât este mai slabă și specifică individului respectiv.



# Nevoi fiziologice



- Nevoia de hrană – mâncare și băutură
  - Nevoia de adăpost – un loc de dormit
  - Nevoia unui mediu confortabil – răcoros / călduros
  - Nevoia de sănătate
  - Nevoia de sex
- 


# Nevoia de securitate



- 
- Nevoia de ordine
  - Nevoia de justiție
  - Nevoia de stabilitate
  - Nevoia de siguranță a job-ului / siguranță financiară
  - Nevoia de a sta departe de pericole
- 

# Nevoia de apartenență




- Nevoia de a avea o familie
  - Nevoia de a avea prieteni
  - Nevoia de a adera la grupuri, la idei
  - Nevoia de a fi acceptat
  - Nevoia de afecțiune
  - Nevoia de a iubi și a fi iubit
- 





# Nevoia de stimă



- Nevoia de auto-respect
  - Nevoia de a obține ceva / de a atinge anumite țeluri
  - Nevoia de atenție
  - Nevoia de recunoaștere, prestigiu
  - Nevoia de a construi o reputație
  - Nevoia de a atinge un status social cât mai înalt, de a obține o poziție dominantă
- 

# Nevoia de auto-actualizare



- Nevoia de cunoaștere și înțelepciune
  - Nevoia de estetică și frumos
  - Nevoia de adevăr și dreptate
  - Nevoia de autodezvoltare
  - Nevoia de a atinge / depăși potențialul personal
  - Nevoia de împlinire
- 
- 

# Factori care influențează comportamentul consumatorului *(Sursa: Kotler, 1999, p. 336):*

- **SOCIO-CULTURALI**

- familie
- statut social
- clase sociale
- grupuri referențiale
- cultură

- **PSIHOLOGICI**

- percepție
- motivație
- motivare
- învățare
- atitudini
- convingeri

# Factori care influențează comportamentul consumatorului *(Sursa: Kotler, 1999, p. 336)*:

- **PERSONALI**

- vârstă
- sex
- ocupație
- stil de viață
- personalitate
- stadiu din ciclul de viață

- **ECONOMICI**

- **DEMOGRAFICI**

Factori care influențează comportamentul consumatorului (*Sursa: Kotler, 1999, p. 336*):

**PROCESUL DE  
ADOPTARE A  
DECIZIEI**

- **CUMPĂRARE**

Decizii:

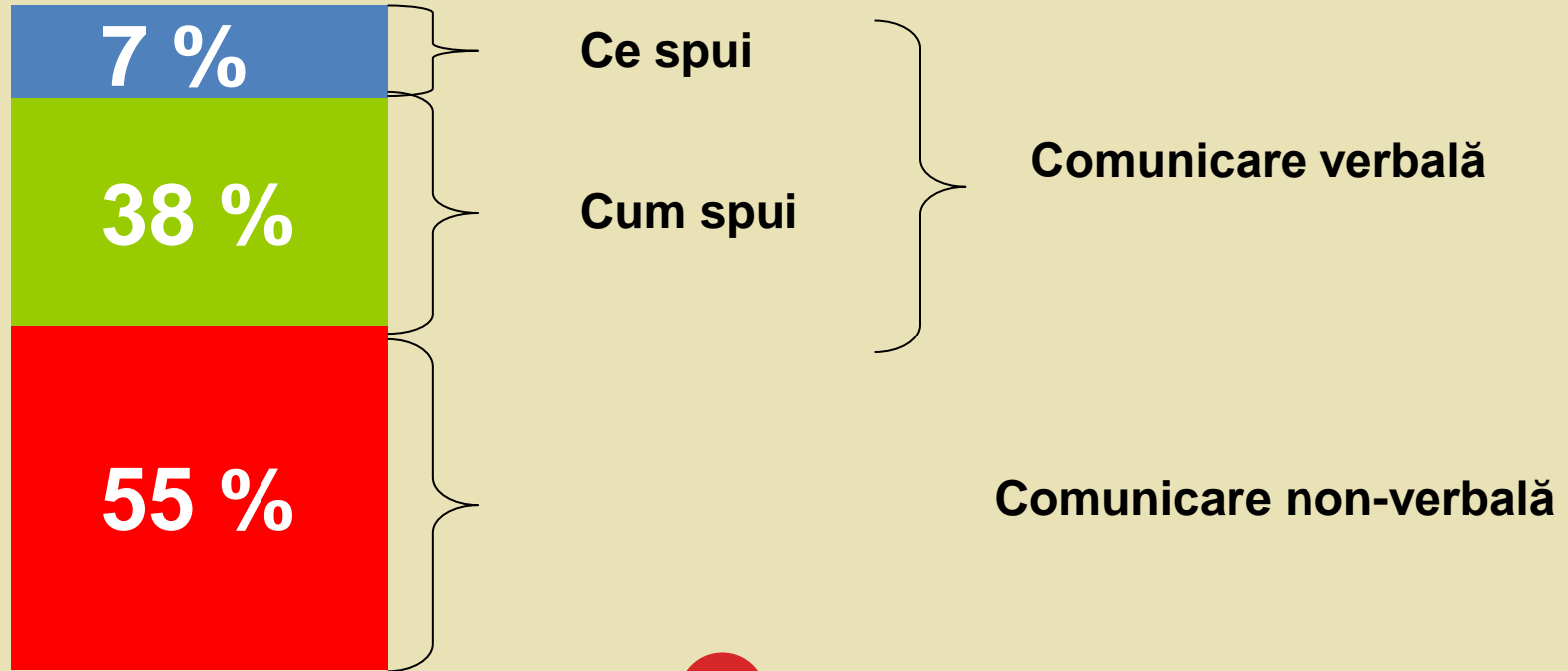
**FRICĂ**

**DORINȚĂ**


# CUM aflăm nevoile consumatorilor / clienților:

- **CERCETARE:** Identificarea nevoilor se bazează pe **întrebări deschise** (*direct, focus group, chestionar etc.*) pentru:
  - **ce urmează** să facă clientul cu produsul sau serviciul nostru
  - cât de **performant** este produsul sau serviciul nostru pentru client
  - **siguranța oferită, confort, economie, durabilitate, apartenență**



# Procesul de comunicare



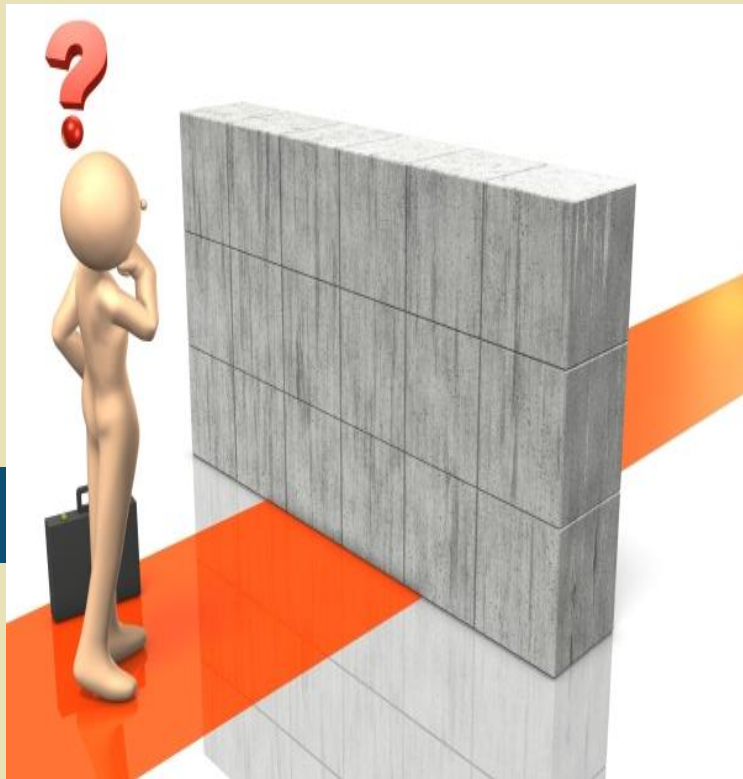




# Bariere în procesul de Comunicare:

- 
1. **Spus** nu înseamnă **auzit**
  2. **Auzit** nu înseamnă **înțeles**
  3. **Înțeles** nu înseamnă **acceptat**
  4. **Acceptat** nu înseamnă **aplicat**
  5. **Aplicat** nu înseamnă **menținut**
- 

# Bariere în procesul de Comunicare:



- **De mediu** (prea cald, prea frig, zgomot)
- **Limbaj** (limba, voce monotonă, jargon)
- **Psihologice** (furie, teamă, diferență de statut)
- **Fiziologice** (oboseală, boală)
- **De percepție** (diferențe sociale/culturale, prejudecăți)
- **Conținut** (subiect neinteresant, prea lung, divagări)



# Avatar de client



**Recomandare carte:**

**Cultura serviciilor superioare - Ron Kaufman**





Chestionar de evaluare →  
(activ în intervalul 19:30 – 20:00)!

