

Sprzedaż osobista

wykład dla studentów WSPiZ

Sprzedaż osobista - definicja

- instrument systemu komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem oraz wspierania sprzedaży, związany z bezpośrednimi kontaktami sprzedawcy z nabywcą
- forma osobistego komunikowania się przedsiębiorstwa z rynkiem

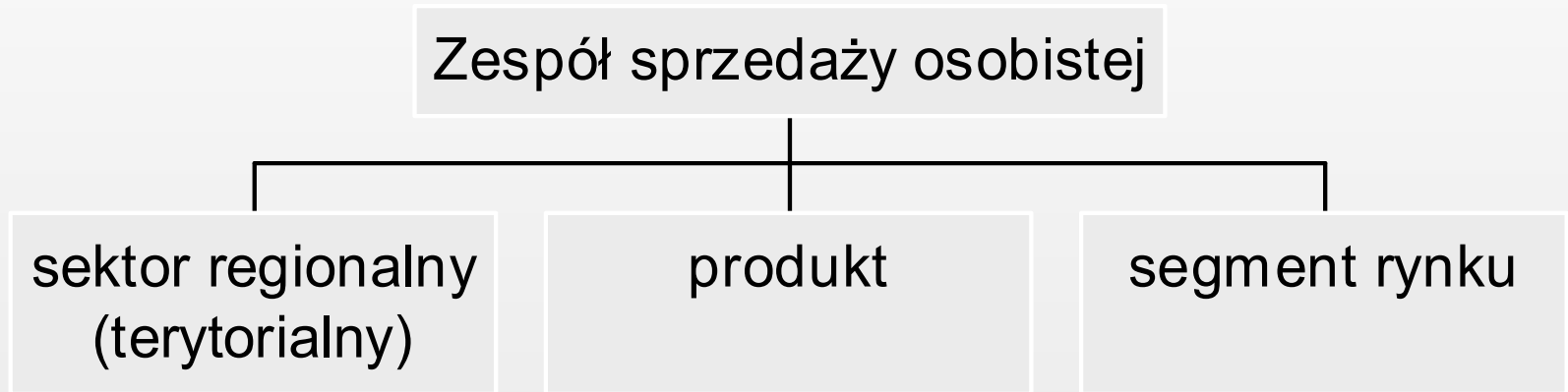
Sprzedaż osobista - zadania

- nakłonienie potencjalnego nabywcy do wypróbowania produktu
- utrzymanie dotychczasowych nabywców
- skłonienie dotychczasowych nabywców do zakupu w większych ilościach

Sposoby kształtowania sprzedaży osobistej

- sprzedawcy działający na szczeblu przedsiębiorstwa produkcyjnego
- agenci handlowi
- sprzedawcy działający w sklepach

Kryteria organizacji zespołu sprzedaży osobistej



Sprzedaż osobista - kiedy stosować?

- gdy produkt wymaga demonstracji działania
- gdy wykorzystanie produktu wymaga fachowej pomocy
- gdy decyzja o zakupie wymaga istotnego zaangażowania się nabywcy
- gdy cena produktu podlega negocjacjom
- gdy kanały dystrybucji są krótkie i bezpośrednie

Sprzedaż osobista - kiedy stosować? c.d.

- gdy pośrednicy wymagają przeszkolenia i pomocy
- gdy nie jest skuteczna reklama
- gdy informacje o produkcie nie mogą być skutecznie przekazane za pomocą innych form promocji
- gdy budżet promocyjny jest mały, a sprzedaż na 1 klienta wysoka

Systemy wynagradzania

- stała pensja
- prowizja
- system mieszany