



Средства торговой политики предприятия

Мы описали семь средств политики сбыта предприятия. Теперь давайте посмотрим подробнее, какова роль продавца и менеджера по продажам в воплощении этой политики в жизнь.

3. Задания, стоящие перед продавцом и менеджером по продажам

На основании рассмотренных средств и роли, которую играют продавец и менеджер по продажам в их использовании, выделяем следующие задания, стоящие перед продавцом:

Поиск новых клиентов и увеличение количества заказов от старых

Ни один клиент точно не знает, что ему понадобится завтра. Потребитель постоянно ищет хорошие товары и услуги. Но, кроме того, что потребитель создает спрос, имеет значение и то, с каким предложением он встречается на своем пути. Основа работы продавца - поиск новых покупателей и получение заказов от существующих покупателей.

Два стратегических шага на пути к установлению и расширению контактов с клиентами:

1. Работа на освоенном рынке: заключение новых контрактов с существующими клиентами.
2. Освоение новых рынков: установление отношений с новыми клиентами и продажа существующих продуктов на новом рынке

Two strategic steps on the way to establishing and expanding contacts with clients:

- Working on an known market: making new contacts with existing clients.
- Conquering new markets: establishing relationships with new clients and sales of existing products on a new market.

Продавец также постоянно занимается построением и поддержкой хороших отношений с клиентом.

Обслуживание клиента

Способ и качество обслуживания клиента имеет решающее значение относительно покупки Вашего товара. Понятие качества применимо не только к товару - обслуживание клиентов тоже должно быть качественным. Делайте качественной каждую услугу и процесс, в котором участвует ваше предприятие.

В понятие обслуживания клиента входит проявление доброжелательного отношения к покупателю, начиная с тона приветствия и прощания. Доброжелательное отношение предполагает: вежливость и услужливость при разговоре по телефону, аккуратность и скорость исполнения заказов, готовность и обеспечение условий для следующего контакта.



Разговор с клиентом по телефону



Опытный продавец знает, что намного труднее вернуть разочарованного клиента, чем получить нового!

Убеждение и преодоление возражений

Возможно, клиент еще не сделал выбор, а может, он уже почти решил сделать покупку. Необходимо предоставить ему достоверную и полную информацию о принципах эксплуатации Вашего продукта или пользования услугой.

В нашей культуре к мнению продавцов относятся с недоверием, поскольку его информация часто связана с вербовкой клиентов. Как человек, предоставляющий информацию, продавец никогда не бывает объективным. Субъективизм является неотъемлемым элементом этой профессии. Продавец стремится к тому, чтобы клиент заинтересовался, задумался, стал анализировать детали и, наконец, принял решение. Продавец, приукрашивая факты, «соблазняет» покупателя, подводя его к покупке.



Разное представление



Цените покупателей, которые жалуются - они указывают Вам на то, что требует изменения.