

ЛИЧНИ ПРОДАЖБИ

Тема № 14

Преподавател: проф. д-р Невяна Кръстева

ЛИЧНИ ПРОДАЖБИ

1. Същност, значение и цели на Личните продажби като маркетингови комуникации
2. Средства и методи за Лични продажби

1. Същност, значение и цели на Личните продажби

ЛИЧНИТЕ ПРОДАЖБИ СА:

**Директни, персонални комуникации по телефон
или лице в лице като в хода на разговора
продавачът информира, убеждава и насърчава
клиента за покупка на стока или услуга, заплащане
на оферта и сключване на сделка**

Как да постигнем съвършенство на продажбите?

Успешната продажба:

- Продадена стока/услуга – еднократно/по-голям брой
- Продадени стоки/услуги многократно
- Удовлетворен клиент

Как да постигнем съвършенство на продажбите

Същност на успешната продажба

**Продажбата е процес на
Комуникация-обмяна на
информация, с цел промяна
на потребител – създаване
на познания,
впечатления, убеждаване и
превръщане в клиент и/или
в лоялен или редовен
клиент.**

Как да постигнем съвършенство на продажбите

Същност на успешната продажбата

Продажбата е процес

Процес, който включва:

- (1) откриване на нужди, желаниа и изисквания на потребителя
- (2) информирание за и предоставяне на начин за тяхното удовлетворяване и
- (3) осъществяване на обратна връзка с клиента

Как да постигнем съвършенство на продажбите

Същност на успешната продажбата

Продажба е взаимноизгодна размяна

размяна на ценности, при
която двете страни са
взаимно удовлетворени -
продавачът и клиентът.

Как да постигнем съвършенство на продажбите

Същност на продажбата

Продажбата е консултация и съдействие на потребителя за вземане и изпълнение на решение за покупка!

Продажбата трябва да бъде балансирана с покупката, за нас е продажба – работа и приходи, но за клиента е покупа - разходи на пари и време

2. Същност, цели и значение на Личните продажби Правила за успешната продажба

- **Първо правило: познавай потребителя и клиента, неговите нужди, желания, изисквания отлично!**
- **Второ правило: персонализирай подхода спрямо клиента!**

Фокус – клиента!

2. Същност, цели и значение на Личните продажби Правила за успешната продажба

- **Трето правило: отлично познавай продукта, работното място, фирмените процедури за обслужване на клиентите и всичко свързано с марката и фирмата!**

2. Същност, цели и значение на Личните продажби Правила за успешната продажба

- **Четвърто правило: работи в екип!**
- **Пето правило: непрекъснато се усъвършенствай или следвай принципа за учене цял живот!**

2. Същност, цели и значение на Личните продажби

Значение на личните продажби

- Събиране на информация
- Предоставяне на подробна информация, специализирана за получателя
- Създаване на специфична, по-конкретна представа за продукт, марка, фирма
- Персонализиране на оферта, продукт, сделка

2. Същност, цели и значение на Личните продажби

Значение на личните продажби

- Установяване и поддържане на връзки с ключови и важни клиенти и партньори
- Достигане до специални, индивидуални клиенти и партньори
- Повишаване обема на продажбите
- Намаляване сезонността на продажбите

2. Средства и методи на Личните продажби

Основни средства / видове:

- Посещения на клиенти и партньори
- Продажби по телефон / Интернет (Skype, конферентна връзка)
- Изложения, панаири
- На мястото на продажбите

2. Средства и методи на Личните продажби

Основни методи:

- AIDA
- Удовлетворение на нужда и желание
- Решение на проблем
- Комбинация

2. Основни методи и средства за Лични продажби AIDA

- Внимание **A**ttention
- Интерес **I**nterest
- Желание **D**esire
- Действие **A**ction

2. Средства и методи за Лични продажби Удовлетворение на нужди и желания

1. Проучване на нужди и желания на клиента – разговор с клиента и задаване на въпроси
2. Предлагане най-малко на две алтернативи за удовлетворение на нужди и желания
3. Дискусия с клиента – “за” и “против”
4. Пристъпване към продажба – подканващи въпроси/изрази
5. Приключване на продажба – благодарност и въпрос или мнение
6. Обратна връзка с клиента – проучване степента на удовлетвореност

2. Средства и методи за Лични продажби

Решаване на проблем

1. **Откриване на проблема** – разговор и задаване на въпроси
2. **Предлагане на решения на проблема** – най-малко две решения
3. **Дискусия с клиента** – “за” и “против” решенията
4. **Пристъпване към продажба** – подканване или ново решение
5. **Приключване на продажба** – благодарност и мнение, че е направил добър избор
6. **Обратна връзка с клиента** – установяване дали проблема е бил решен