

2.1.3 Sprzedaż

Czym jest sprzedaż ?

7

„Sprzedawanie to najłżejsza praca pod słońcem, jeżeli tylko ciężko pracujemy”

Frank Bettgar

Sprzedaż to wpływanie na czyjeś zachowanie poprzez aktywne identyfikowanie ich potrzeb czy życzeń, a następnie pokazanie jak to, czym dysponujecie zaspakaja ich potrzeby czy życzenia.

Sprzedaż jest procesem interakcji pomiędzy klientem, a sprzedawcą. Jest to proces „wzajemnego oddziaływania”, w trakcie którego dwaj równouprawnieni partnerzy (klient i sprzedawca) próbują przeforsować swe prawnie uznawane interesy stosując celowe, lecz zawsze uczciwe środki z zakresu retoryki, psychologii sprzedaży i taktyki. Celem takiej debaty jest wynegocjowanie rozsądnego kompromisu, który może być zaakceptowany przez obie strony, i o którym obie strony mogą powiedzieć, że „są z niego zadowolone”.

Klient w procesie sprzedaży chce:

zaspokoić względnie rozwiązać swoje potrzeby, życzenia, motywy kupna lub problemy
– tak dobrze jak tylko jest to możliwe,

- chce kupić korzystnie z punktu widzenia ceny i wartości użytkowej oferty. Muszą być zachowane właściwe proporcje pomiędzy ceną i wartością użytkową, jak też kosztami i korzyścią klienta,
- klient chce być pewien, że kupił to, co „odpowiada” jemu i jego potrzebom,
- klient chce zrobić „dobry interes”. Ut tincidunt tincidunt erat. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Proin pretium, leo ac pellentesque mollis, felis nunc ultrices eros, sed gravida augue augue mollis justo.

Sprzedawca w procesie sprzedaży chce:

- zyskać na stałe zadowolonego klienta,
- zyskać klienta, który jest przekonany, że kupił produkt w pełni odpowiadający jego motywom kupna,
- jako ekwiwalent sprzedawca chce w miarę możliwości przeforsować swoją cenę skalkulowaną rozsądnie i stosownie (wraz z zyskiem).

10

- zawrzeć rozsądny kompromis, na który godzą się i klient i sprzedawca (godzą się, a więc są z niego zadowoleni),
- porozumiewać się z klientem, motywować ich postępowanie, oferując klientom wartości użytkowe, których mogą potrzebować, starać się ich przekonać o potrzebie zakupu, a nie namawiać do zakupu,
- zaspokajać potrzeby i życzenia,
- przekonać osoby zainteresowane o zaletach i użyteczności danej oferty.
- doradzać klientom patrząc z ich punktu widzenia i w ich interesie nie zapominając jednak o interesach własnych,
- stosować psychologię sprzedaży, teorię/dialektykę sprzedaży (mówić we właściwy sposób do osoby, we właściwym miejscu, we właściwym czasie, we właściwej formie),
- w miarę możliwości racjonalnie i w miarę potrzeb emocjonalnie stosować wiedzę fachową i rzeczową (musimy pamiętać, że przede wszystkim jesteśmy ludźmi a ludźmi kierują emocje).

Sprzedawca i obsługuje klienta znaczy: