Materiał 5

 **Schemat sprzedaży CZK**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Produkt** | **Cechy** | **Zalety** | **Korzyści** |
|  | **Czym produkt jest** | **Co produkt czyni** | **Co doceni klient** |
| Samochód dostawczy | A. Zużywa olej napędowy.B. Silnik Diesel | A. Mniejsze zużycie paliwa.B. Dłuższa żywotność | A. Klient mniej zapłaci za paliwoB. Klient dłużej będzie go używał |
| Karta kredytowa | Gotówka w umownej formie, plastykowej  | Szybka dostępność do gotówki, bez konieczności noszenia jej przy sobie | Klient nie jest narażony na kradzież gotówki |
| Telefon komórkowy | Telefon bezprzewodowy | Możliwość noszenia go zawsze przy sobie, możliwość bycia zawsze dostępnym dla potencjalnych klientów | Posiadacz telefonu może działać w każdym miejscu |

**Formy sprzedaży w placówkach różnego typu:**

Forma tradycyjna ( tzw. Z za lady ) – polega na bezpośrednim kontakcie sprzedawcy z kupującym. Obiekt handlowy jest przy tej formie sprzedaży podzielony na dwie części oddzielone z reguły stołem sprzedażowym czyli ladą. Po jednej stronie lady znajduje się sprzedawca i towary, po drugiej znajdują się klienci. Klient ma tu dostęp do towaru jedynie za pośrednictwem sprzedawcy, który może udzielać dodatkowych informacji o towarze, a także udzielać rad. Ta forma sprzedaży ma jednak istotną wadę dotyczącą wydłużenia czasu obsługi konsumenta i powstawania kolejek, w czasie zwiększonego napływu klientów do punktu sprzedaży detalicznej. W ramach tradycyjnej formy sprzedaży rozróżniamy:

☺-sprzedaż z rozwiniętą obsługą nabywców- obejmuje takie czynności wykonywane przez sprzedawców jak: powitanie nabywcy, ustalenie jego zapotrzebowania, demonstrowanie towaru i poradnictwo przy wyborze, przyjęcie i wykonanie zamówienia, ewentualne przyjmowanie należności za towar, pożegnanie nabywcy. Ta forma sprzedaży stosowana jest w dwóch sytuacjach:
- w punktach sprzedaży detalicznej, w których zastosowanie jednej z nowoczesnych form sprzedaży nie jest możliwe ze względu na asortyment sprzedawanych towarów do wymagań sprzedaży samoobsługowej (mięso czy wędliny które nie są porcjowane).
- W punktach sprzedaży detalicznej o podwyższonym poziomie obsługi konsumentów, którzy oczekują, w zamian za wyższe ceny towarów, luksusowych warunków zakupu. Dotyczy to z reguły towarów wybieralnych to jest takich, których zakup poprzedzony jest dłuższym namysłem, a równocześnie różniących się odmianami, kolorami czy fasonami.
☺- sprzedaż ze zredukowaną obsługą nabywców- jest stosowana przy sprzedaży
artykułów, nabywanych przez nabywców powszechnie, bez konieczności
prowadzenia rozmowy ze sprzedawcą. Stosowana jest ta forma w niektórych
sklepach spożywczych, kioskach i innych punktach sprzedaży drobnodetalicznej.
Czynności sprzedawcy przy tej formie ograniczone są do: powitania nabywcy,
Wydania zamówionego towaru, zainkasowania należności i pożegnania nabywcy.

Nowoczesne formy sprzedaży – powodują, że kontakt potencjalnego nabywcy z towarem staje się bezpośredni, udział sprzedawcy zostaje w nich znacznie ograniczony, bądź też jak w sprzedaży z automatów wyeliminowany. Bliski kontakt klienta z towarem i skracanie czasu obsługi konsumenta to najważniejsze cechy nowoczesnych form sprzedaży. W ramach nowoczesnych form sprzedaży wyróżnia się:

- sprzedaż samoobsługową- która polega na tym, że klient samodzielnie dokonuje wyboru towarów rozmieszczonych w logiczny sposób w sklepie. Ta forma sprzedaży zapewnia klientowi pełny dostęp do towaru i możliwość samodzielnego, nieskrępowanego jego wyboru, przy czym czas dokonywania zakupów też zależy od klienta. Warunkiem stosowania tej formy sprzedaży jest właściwe przygotowanie towarów do sprzedaży. Sprzedaży samoobsługowej nie stosuje się w wypadku oferowania towarów o dużej złożoności technicznej jak: sprzęt radiowo telewizyjny, zmechanizowany sprzęt gospodarstwa domowego, niezbędny jest tu udział sprzedawcy, który udziela informacji o tych towarach. Przy sprzedaży samoobsługowej zmienia się w istotny sposób rola sprzedawcy, który koncentruje się na przygotowaniu towaru do sprzedaży.
- sprzedaż preselekcyjną – polega na wyeksponowaniu w sklepie towarów w sposób, który zapewnia nabywcą swobodny i samodzielny wybór towaru. Kupujący porównują bez pośpiechu, gatunki, odmiany, kolory i ceny towarów i dokonują wstępnego wyboru towaru, po czym w rozmowie ze sprzedawcą konkretyzują swoje życzenia dotyczące towaru. Rozmowa ta jest krótsza od rozmowy sprzedażowej typowej dla tradycyjnej formy sprzedaży, ponieważ klient samodzielnie ogląda, ewentualnie przymierza towar, a jedynie w końcowej fazie zakupu rozmawia ze sprzedawcą. Sprzedaż preselekcyjna znajduje zastosowanie przy sprzedaży towarów wybieralnych, jak: odzież, buty.
- sprzedaż z automatów,

- sprzedaż wg. Wzoru, jest stosowana w sprzedaży hurtowej, tzn. jedna sztuka towaru jest na wzorcowni ( Sali sprzedażowej ), a klient kupuje cały karton pobierając go z magazynu.

**Zadania do odesłania:**

Zad 1.

2 dowolne produkty ( 1 z branży spożywczej, 1 z branży odzieżowej ), przeanalizuj za pomocą schematu CZK.

Zad 2.

Jakich argumentów użyjesz przy przekonaniu klienta do zakupu w sprzedaży zza lady>

Wypisz kilka punktów.

Zad 3.

Obejrzyj film „Pracownik Miesiąca” jednej z sieci hipermarketów amerykańskich, który jest dostępny w internecie, wypisz w kilku punktach twoje wrażenia.

Zad 4.

Uważnie przejrzyj 2 prezentacje techniki sprzedaży oraz cechy klienta.