

CECHY DOBREGO SPRZEDAWCY



Głównymi cechami zawodu sprzedawcy są:

- Duża różnorodność prac w sklepie
- Ciągła ruchliwość wynikająca z zakresu wykonywanych prac
- Konieczność wykonywania kilku czynności równocześnie
- Stały kontakt z różnymi ludźmi, na oczach których i pod kontrolą których wykonuje powierzone mu czynności



Wśród ogółu umiejętności i sprawności, którymi musi wykazać się sprzedawca ważne miejsce zajmują:

- *Czynności manualne*: rozpakowanie, układanie, pakowanie, konserwacja towarów
- *Czynności obliczeniowo-rachunkowe*: obliczanie należności, obsługa kalkulatora, kasy, szybkie liczenie pamięciowe, wydawanie reszty, wypełnianie dokumentów powiązanych z przeprowadzonymi operacjami,
- *Czynności dekoracyjne*, wymagające uzdolnień i umiejętności wystawienniczych towarów, np. ekspozycje towarów w sali sprzedażowej, w oknie wystawowym, itp.
- *Czynności informacyjne*, wymagające umiejętności dydaktycznych, np. informacja o sposobie użycia towaru



Do cech psychicznych, które pomagają w sklepie, należy zaliczyć:

- Spostrzegawczość i umiejętność obserwacji
- Podzielność uwagi
- Łatwość zapamiętania i odtwarzania w pamięci znanych wiadomości
- Umiejętność kojarzenia
- Szybkość myślenia i podejmowania decyzji oraz łatwość wysuwania argumentów
- Panowanie nad własnymi stanami uczuciowymi
- Silna wola



*SZTUKA SPRZĄDAWANIA JEST
TO UMIEJĘTNOŚĆ
PRZEKONYWANIA O
WŁAŚCIWOŚCIACH I
UŻYTECZNOŚCI OFEROWANYCH
TOWARÓW ORAZ STWORZENIA
TAKICH WARUNKÓW ZAKUPU,
KTÓRE DAJĄ NABYWCOM
NAJWIĘCEJ ZADOWOLENIA.*

W czasie rozmowy sprzedażowej sprzedawca, zachęcając do kupna, powinien oddziaływać na wzrok (odpowiednio prezentując towar) i słuch nabywcy (przekazując interesujące nabywcę informacje).

.



Powinien wykazać się także podzielnością uwagi, aby w trakcie realizacji zamówienia równocześnie reagować na wszystkie uwagi, odruchy i zachowania nabywcy.



W czasie prezentowania towaru sprzedawca winien przedstawić wszystkie jego zalety i zachęcić do kupna, posługując się rzetelną argumentacją.



Prowadzenie rozmowy wymaga od sprzedawcy ogólnego przygotowania do wykonywania zawodu, z zakresu:

- towaroznawstwa,
- reklamy i techniki sprzedaży,
- wysokiego poziomu kultury osobistej,
- umiejętności nawiązywania kontaktu z klientem.



Każda informacja musi być rzetelna i rzeczowa, poparta doświadczeniem o jej słuszności.



Bardzo ważne są:

- Rozpoznanie potrzeb klienta
- Wiedza sprzedawcy na temat towaru
- Nadanie informacji charakteru reklamowego
- Rzetelność informacji



Sprzedawca musi znać cechy towarów:

- Ich smak, wartość odżywcza, trwałość, opinie nabywców o nich, miejsce ich produkcji
- Musi umieć wykazać praktyczność towaru, uzasadnić jego cenę, łatwość eksploatacji, a równocześnie operować argumentami emocjonalnymi (np. podkreślenie urody, wyszczuplenie sylwetki klienta)



**Poziom kultury obsługi nabywców
powinien stale się podnosić.
Decydują o tym takie elementy, jak:**

- **Warunki, w jakich odbywa się handel i w jakich pracują sprzedawcy**
- **Kultura pracowników**
- **Wzajemne stosunki pomiędzy pracownikami**
- **Stosunek sprzedawców do nabywców**




Na kulturę osobistą sprzedawcy składają się:

- Postawa
- Ruchy
- Sposób wyrażania się
- Stosunek do klienta
- Sposób obchodzenia się z towarem
- Prezentowanie i demonstrowanie towaru



*Każdego klienta traktujemy
w sposób indywidualny.
Takie podejście do potrzeb
klienta świadczy o trosce
o niego, o kulturze obsługi
i często przesądza o wyborze
sklepu przez klienta.*



Sprzedawca powinien poprzez stałą obserwację nabywców rozpoznawać:

- Ich potrzeby i stopień pilności tych potrzeb
- Czynniki, które wywierają wpływ na dokonane wyboru i zakupu towaru, np. wysokość dochodów, przyzwyczajenia
- Rodzaje klientów



Jednym z obowiązków sprzedawcy jest pomoc konsumentowi w zdecydowaniu, która z jego potrzeb jest najbardziej pilna i powinna być zaspokojona w pierwszej kolejności oraz jaki towar może tę potrzebę zaspokoić.

