

ПРЕИМУЩЕСТВА И НЕДОСТАТКИ ЛИЧНЫХ ПРОДАЖ

Личные продажи чаще всего определяются как непосредственные контакты продавца товаров с одним или несколькими потенциальными покупателями, чтобы побудить их к покупке. При этом продавцов могут называть торговыми агентами, торговыми консультантами, менеджерами по сбыту, агентами и др. Личные продажи включают и непосредственные личные контакты с потребителями у них дома или в других местах, например в офисе, а также общение с потенциальными покупателями по телефону.

Главные преимущества личных продаж непосредственно связаны с природой личного контакта между людьми. Такими преимуществами являются:

- возможность индивидуального подхода к каждому клиенту, ориентация на его потребности;
- гибкость и изобретательность продавца;
- живое общение продавца с покупателем;
- обеспечение мгновенной обратной связи, благодаря которой выясняются покупательские предпочтения, формируются отзывы о предлагаемом товаре.

К числу недостатков личных продаж обычно относят достаточно высокую стоимость контакта, ограниченность охвата аудитории, а также то, что разные торговые представители не могут донести сообщение одинаково и точно.

Перечень товаров, реализуемых посредством личных продаж, постоянно расширяется. Если ранее он включал в себя косметику и парфюмерию, предметы личной гигиены, биологически активные добавки и посуду, то в настоящее время посредством личных продаж реализуют бытовую технику, одежду и обувь, средства для стирки, товары для дома, товары для отдыха, игрушки и пр.