

ПЕРСОНАЛЬНАЯ ПРОДАЖА В СИСТЕМЕ МАРКЕТИНГА

Успешная продажа, прежде всего, требует наличия программы сбыта, отвечающей требованиям рынка, а также конкурентоспособных цен и условий продажи. Реклама и стимулирование продажи облегчают и поддерживают деятельность по продаже. Для долговременного успеха продажи необходимы хорошо организованная и надежный сервис.

Для покупателя продажа выступает как "представитель" предприятия. Продавец представляет предприятие и, используя потенциал продажи, активизирует рекламную деятельность.

Таким образом, продажа выполняет разнообразные задачи, которые можно обобщить следующим образом: - работа с покупателем; - побуждение к заключению договора; - получение информации о рынке; - участие в маркетинговом планировании; - представление предприятия. Рациональное формирование продажи требует точного знания ситуации, сложившейся в сфере сбыта.

В своей деятельности продавец должен также учитывать характеристики предприятия. А именно:

- большим предприятиям требуется профессиональное управление, основанное на всестороннем знании специфики такого предприятия;
- растущие расходы по сбыту главным образом являются следствием общего повышения цен;
- сотрудники с профессиональными претензиями, уверенные в себе придают рабочему месту значение, которое в значительной мере соответствует их представлениям и ожиданиям. Для учета этого фактора требуется создание новой концепции управления, основанной на кооперации и партнерстве;
- недостаток специалистов в продаже;
- новые средства массовой информации. Электронные средства массовой информации могут использоваться как для качественного улучшения деятельности в сфере продаж, так и для управления сбытом.