



Personel pomocniczy w procesie sprzedaży



Każda duża czy nawet średnia firma musi w dziale odpowiedzialnym za sprzedaż zatrudniać personel pomocniczy. Ten personel można podzielić na grupy: sprzedawcy misjonarze, handlowcy i techniczny personel sprzedaży.

Sprzedawcy misjonarze rozpowszechniają informacje na temat nowych produktów, opisują plusy towarów czy usług. Przedstawiają atrybuty klientom a także edukują przyszłych klientów. Ich zadanie nie polega na zamykaniu sprzedaży. Klasycznym przykładem misjonarza jest przedstawiciel firmy farmaceutycznej, który odwiedza szpitale, przychodnie medyczne czy gabinety lekarskie, rozmawia z lekarzami i przekonuje ich do tego, że ich lek jest skuteczny i lepszy. Informuje na jakie schorzenia jego leki należy stosować. Przekonuje, że przepisywali produkty jego firmy. Poprzez edukację i budowanie świadomości marki, sprzedawcy misjonarze odgrywają nieocenioną rolę w tworzeniu podstaw pod przyszłe transakcje.

Handlowcy sprzedawcy towarów konkurencyjnych zatrudniają do pomocy

przedstawicieli handlowych. W punktach sprzedaży to przedstawiciele handlowi przygotowują ekspozycje swoich artykułów, uzupełniają „swoje” towary na półkach, dbają o to aby produkty były widoczne dla klientów itd. Często jako przedstawiciele handlowi proszeni są do przyjmowania zamówień. Handlowcy, dzięki strategicznemu rozmieszczeniu produktów i bezpośredniemu zaangażowaniu, znacząco przyczyniają się do zwiększenia sprzedaży.

Techniczny personel sprzedaży firmy sprzedające produkty technologiczne powinni i muszą zapewnić klientom pomoc techniczną. Ten personel wspierający sprzedaż składa się z wykwalifikowanych techników i inżynierów, których głównym zadaniem jest pomoc personelowi sprzedaży w relacjach z klientami. Pracownicy techniczni są często nie doceniani przez sprzedawców, ale bez ich udziału praca, którą wykonują sprzedawcy bez udziału pracowników technicznych często nie przyniosłaby spodziewanego wyniku. Właściwy dobór personelu technicznego jest bardzo ważny, gdyż zły, niedouczony, źle dobrany personel nie potrafi zadbać o produkty i produkt taki zaczyna mieć fatalną opinię na rynku. Dzięki swojej specjalistycznej wiedzy, techniczny personel sprzedaży jest nieoceniony w dostarczaniu rozwiązań dopasowanych do indywidualnych potrzeb klientów.

Generalnie, bardzo dobry personel pomocniczy znacznie ułatwia sprzedaż i przyczynia się gruntownie do zwiększania sprzedaży.

Prezes Zarządu FPC International

Specjalista z 30 letnim doświadczeniem w branży
ubezpieczeniowo-inwestycyjnej

Ryszard Jurkowski

 Pobierz artykuł