

Podpora predaja produktov: Osobný predaj a manažment predaja

manažment predaja definujeme ako analýzu, plánovanie, implementáciu a kontrolu činností obchodného personálu.

proces manažmentu predaja:

1. **stanovenie úloh obchodného personálu** - musia mať schopnosť zabezpečiť uspokojenie zákazníkov a zisk firmy
2. **spracovanie stratégie predaja**
 - *stratégia predaja* predstavuje organizáciu kontaktov medzi kupujúcou a predávajúcou firmou (tím predávajúcich, obchodné rokovania, komerčné semináre, ...)
 - *štruktúra obchodného personálu*
 - *početnosť obchodného personálu*
 - *odmeňovanie obchodného personálu*
3. **nábor a výber obchodného personálu**
4. **príprava predávajúcich**
 - *prístup orientovaný na predaj* - použitie metód silného obchodného pôsobenia
 - *zákaznícky orientovaný prístup* - riešenie problémov zákazníka
 - *proces predaja* (vyhľadávanie a hodnotenie nových zákazníkov, predpríprava, nadviazanie obchodného kontaktu, prezentácia a demonštrácia tovaru, rokovanie pri námietkach, uzavretie kúpy, úlohy pri predaji)
5. **dozor obchodného personálu** - prostredníctvom dozoru firma riadi a motivuje obchodný personál k lepšej práci
6. **hodnotenie predávajúcich**