Tiešā pārdošana

Kad izvēle nav viegla, labāk pajautāt kādam, kas saprot

Bite

Meklējam runātīgo pārdošanas speciālistu Jelgavā

Tavs uzdevums būs:

- Zvanīt Bites esošajiem klientiem un piedāvāt jaunākos pakalpojumus un produktus
- Sarunas veikt viegli un pārliecinoši
- Būt mērķtiecīgam, neatlaidīgam, lai sasniegtu uzstādītos pārdošanas rezultātus

Tev jābūt:

- Atvērtam, atbildīgam un noteikti komunikablam
- Ar labām latviešu un krievu valodas zināšanām
- Cilvēkam, kurš priecājas par saviem un citu kolēģu panākumiem
- Un ar degsmi sasniegt arvien augstākas virsotnes

Mums ir ko tev piedāvāt…

- Nopietnas piemaksas pie mērķu izpildes
- Profesionālas mācības, lai ir zināšanas un pārliecība par veicamo darbu
- Apmaksāti sakari, bezlimita internets un telefons būs Tavā rīcībā
- Mēs Tevi apdrošināsim no papēžiem līdz matu galiņiem, pat Tavos atvaļinājuma braucienos

Un, protams… Bitē, Tu vari veidot savu karjeru ilgtermiņā!

Pavisam vienkārši – ja gribi strādāt Bitē

sūti mums savu CV uz **darbs@bite.lv**!

Jūsu sniegtie personas dati (CV, Pieteikuma vēstule) tiks glabāti un apstrādāti SIA "BITE Latvija Retail" (reģistrācijas Nr.50003802801, juridiska adrese: Uriekstes iela 2a-22, LV-1005, Rīga, turpmāk - "Pārzinis") Personāla atlases datu bāzē sešus mēnešus pēc atlases procesa beigām, ar mērķi tos izmantot Pārziņa izsludinātajām vakancēm un nodrošināt Pārziņa un kandidāta normatīvajos aktos noteiktās tiesības. Ja, Jūs nevēlaties, lai Jūsu personas dati (CV, Pieteikuma vēstule), tiktu izmantoti citām Pārziņa izsludinātajām vakancēm, kas Jums būtu aktuālas un saistošas, lūdzam par to norādīt Pieteikuma vēstulē.
Personas datus Pārzinis apstrādās, ņemot vērā normatīvajos aktos noteiktās personu datu konfidencialitātes un drošības prasības.
BITE pastāv leģitīma interese, veikt Tavu personas datu apstrādi kredītspējas un/ vai sodāmības datubāzēs ar mērķi pārliecināties par tavu atbilstību izsludinātajai vakancei uz kuru Tu esi pieteicies. Iegūtā informācija tiks izmantota tikai šim mērķim un tiks dzēsta kopā ar CV un Pieteikuma vēstuli.

Tiešā pārdošana ir tiešā piegādes forma, kas pārliecina klientu nopirkt preci. Orientēties tieši uz klientu

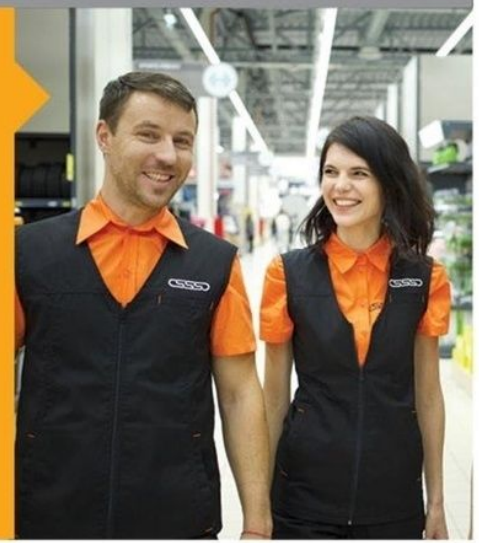
Galvenā tiešās pārdošanas priekšrocība ir:

- iespēja pielāgot informāciju konkrētam pircējam, viņa vēlmēm un vajadzībām;
- tiešās sarunas laikā var nekavējoties atbildēt uz jautājumiem;
- reaģēt uz klienta iebildumiem.

- Profesionāli konsultēt un apkalpot klientus, nodrošinot augstu klientu apkalpošanas kvalitātes līmeni,
- Nodrošināt produktu apmācības mazumtirdzniecības personālam,
- Rūpēties par atbilstošu preču izkārtojumu un kārtību veikalā,
- Ierosināt un ieviest jaunus procesus veikala darbības uzlabošanai, konkurētspējas palielināšanai un klientu piesaistei,
- Veicināt apdares preču tirdzniecību.

GALVENĀS PRASĪBAS:

- Veiksmīga iepriekšēja pieredze darbā ar apdares preču sortimentu,
- Klientu apkalpošanas kvalitātes standartu zināšanas un prasmes,
- Teicamas komunikācijas prasmes,
- Labas latviešu un krievu valodu zināšanas,
- Augstskolas līmeņa izglītība, vēlams būvniecības nozarē.



PIEDĀVĀJAM:

- Interesantu un dinamisku darbu stabilā, starptautiskā uzņēmumā,
- Profesionālās un karjeras izaugsmes iespējas,
- Iespēja profesionāli attīstīties un veidot starptautisku karjeru.

KĻŪSTI PAR DAĻU NO KOMANDAS!

Aizpildi pieteikumu, pievienojot **CV** un motivācijas vēstuli ar norādi **"Pārdevējs - Eksperts/-e apdares preču grupā"** sadaļā "**Pieteikties**".

Sazināsimies tikai ar nākamajai atlases kārtai izvirzītajiem kandidātiem.

Informējam – Jūsu iesniegtie pieteikuma dokumenti (CV, motivācijas vēstule, personas dati) tiks apstrādāti ar mērķi šī atlases konkursa norisei. Personāla datu bāzē, kuru uztur šo datu Pārzinis, pieteikuma dokumenti

Stila konsultante

Jūs vienmēr laipni sagaidīs kompetenti pārdevēji, kas sniegs konsultācijas un piedāvās risinājumus pat vissarežģītākajās situācijās.

1. Potenciālā pircēja atrašana un novērtēšana

- Informāciju par potenciālajiem pircējiem var iegūt no datu bāzēm internetā, telefongrāmatām, žurnāliem, avīzēm, kontaktējoties ar svarīgām organizācijām un klubiem, kuru biedri ir jūsu potenciālie klienti, apmeklējot dažādas iestādes un uzņēmumus bez iepriekšējas pieteikšanās.
- Potenciālais tirgus segments ir precīzi jānosaka, jāatlasa liekie klienti. Rēķinot uz vienu klientu, tiešā pārdošana ir visdārgākais sazināšanās paņēmiens. Potenciālos klientus var novērtēt pēc finansiālajām iespējām, darījumu operāciju apjoma, atrašanās vietas un iespējas veidot ilgtermiņa sadarbību.

2. Sagatavošanās vizītei

- Lai labāk izprastu potenciālos pircējus, var izmantot oficiālos informācijas avotus (katalogus, presi u.c.), informāciju no draugiem un citām personām.

Pirms katras vizītes ir uzdevums:

- novērtēt potenciālo klientu,
- iegūt informāciju par viņu ,
- pārdot preci,
- jāizvēlas, kā piekļūt klientam: personiska vizīte, telefona zvans, vēstule.

3.Pieeja klientam

- Aģentam jāzina, kā sagaidīt klientu, lai uzsāktu veiksmīgus darījumus. Iespaidu atstās gan aģenta ārējais izskats, žestu valoda, gan sarunas sākums un turpinājums. viņam jābūt uzmanīgam un

4. Preces prezentācija un demonstrēšana

- Pēc tam aģents stāsta par preci, demonstrē to un paskaidro, kā, pērkot šo preci, jūs varat nopelnīt vai ietaupīt naudu. Sarunā ir jānotur klienta uzmanība, interese, jāizraisa vēlēšanās un jānodrošina darbība (AIDA).
- **Firmas izmanto triju veidu prezentācijas:**

1) Iepriekš izstrādātās pieejas metode. Aģents reklamē preci pēc iepriekš izstrādāta plāna. To izmanto, iznēsājot preci vai pārdodot pa telefonu;

2) Pieeja no klienta vajadzību un prasību formulēšanas pozīcijām. Aģents iepriekš izzina klienta vajadzības un uzvedības stilu un pēc tam formulē tās klienta vietā.

3) Pieeja no klienta vajadzību un prasību apmierināšanas viedokļa. Aģentam jāuzzina pircēja vajadzības

5. ***Pircēja šaubu novēršana***

- Pircēja šaubas var izskaidrot ar psiholoģiskiem motīviem vai ar loģiskiem spriedumiem. Šajā gadījumā aģentam jāturpina pozitīvās pieejas līnija, **jālūdz izskaidrot šaubu iemeslus** un jāatspēko tie.

6. Darījuma noslēgšana

- Ne vienmēr tiešās pārdošanas mēģinājums noslēdzas ar darījuma slēgšanu. Aģenti var arī nenonākt līdz šai stadijai vai arī var neprast noslēgt darījumu. Aģents nav psiholoģiski nobriedis savai darbībai, jūtas vainīgs, ka it kā uzspiež darījumu klientam.
- Tiešā pārdošana būs efektīva tikai tad, ja darījums tiks noslēgts.

Tiešās pārdošanas posmi mazumtirdzniecībā un to psiholoģiskās īpatnības

1. **posms — jāpievērš pircēja uzmanība precei.**

Pārdevējs organizē tirdzniecības procesu tā, lai pievērstu pircēju uzmanību. Šim nolūkam kalpo reklāmas prospekti, vitrīnas, paziņojumi pa iekšējo radio, modeļu demonstrējumi.

2.posms — jāizraisa pircēja interese par konkrētu preci, jārada vēlēšanās to nopirkt.

Apkalpojot pircēju, jums jācenšas no psiholoģiskā viedokļa **ieinteresēt viņu par preces īpašībām, derīgumu un kvalitāti**. Ja nepieciešams, jādemonstrē prece darbībā. Demonstrējot preci, jāizceļ tās labās īpašības

2.posma turpinājums Demonstrēšanas noteikumi — tiešās pārdošanas sastāvdaļa

- Prece jāparāda tā, lai tai varētu ***piekļūt no visām pusēm***.
- Preces īpašības (krāsa, smarža, faktūra, virsma, skaļums) ***jāļauj novērtēt pašam*** pircējam.
- Demonstrējot jaunu modeli, īpaši izceliet tā īpašības, kas to ***atšķir no agrāk iegādātajām*** precēm.
- Preces piedāvāšana jāveic ***samērā ātri, jo*** gaidīšana nogurdina. Bet nevajag arī steigties, jo tad pircējiem liksies, ka jūs gribat noslēpt preces sliktās īpašības, vai arī viņi to novērtēs kā nevēlēšanos viņiem izrādīt pietiekamu uzmanību.

2.posma turpinājums Demonstrēšanas noteikumi — tiešās pārdošanas sastāvdaļa

- Demonstrējot preci, jāizturas **pret to saudzīgi**, jo šī saudzīgā izturēšanās izraisīs cieņu pret to arī pircējā.
- Pārdevēja konsultācijai **jābūt īsai (13–20 vārdi),** pareizai, precīzai. Pārdevēja **tonim jāizraisa uzticība** (pretimnākošs, saprotošs). Termini, kas nav saprotami visiem (piemēram, akmeņu skaits pulksteņos), nav nepieciešami. Konsultējot **jādod ievirze preces iegādei**, ar kuru mēs saprotam cilvēka spēju (naudu), gatavību pirkt noteiktu preci.

Pārdevējam jābūt gatavam, ka pirkšanas process **VAR BEIGTIES OTRAJĀ POSMĀ, UN NEDRĪKST PAR TO IZRĀDĪT NEAPMIERINĀTĪBU**.

3. posms — jācenšas, lai pircējs nonāk pie lēmuma nopirkt, un, ja pircējs ir izlēmis pirkt, galveno vietu ieņem tirdzniecības operācija.

3.1. Norēķināšanās par preci: pārdevējam nav tiesību kļūdīties, nepieciešama liela uzmanība. Jānosauc summa, ko iedevis pircējs, un jānoliek nauda malā līdz norēķināšanās beigu brīdim, jo bieži vien var izraisīties konflikta situācija norēķināšanās laikā.

3.2. Pirkuma noformēšana: iegādātā lieta jānodod pircējam, akurāti un skaisti noformēta. Preci vajadzētu iesaiņot pircēja klātbūtnē, jo tad viņš būs pārliecināts, ka jūs:

— uzmanīgi apejaties ar viņa preci,

— iesaiņojat preci, ko viņš izvēlējies.

Vēlams atsveicināties, pateikties par pirkumu, uzaicināt iegriezties atkal.

Uzdevums praktiskajam darbam mazumtirdzniecības veikala tipa raksturojums

Atceraties veikalu, kurā veicāt kādu pirkumu, tas varēja atrasties arī tirdzniecības centrā

1. Raksturot **izvēlētā veikala tipu** pēc dažādām pazīmēm – sortimenta veida (piesātināts, plašs, jaukts, ierobežots), pēc sniegto pakalpojumu daudzuma. (Papildus Word fails)
2. Raksturot šī veikala (starpnieka) **Zīmolu** (t.i. Veikala nosaukums,ko ietver, kāda nozīme). Arī tirdzniecības centra zīmolu/nosaukumu, ja veikals atradās tirdzniecības centrā
3. Raksturot izvēlētā veikala un **tirdzniecības centra** sniegtos pakalpojums pirms pirkuma, pēc pirkuma un papildus pakalpojums (17. slaids)
4. Raksturot pa posmiem iepirkšanās procesu vienā no mazumtirdzniecības specializētiem veikaliem. Izmantojiet teorijā raksturotās darbības katrā posmā (no 12.-16 slaidam)
5. atcerieties kādu savu pirkumu - kā pārdevējs demonstrēja preci un aprakstiet ievērotos noteikumus. *Ja izvēlētā veikalā nav paredzēta pārdevēja konsultācija, var šim uzdevumam izvēlēties citu veikalu (13.,14. slaids)*

Mazumtirdzniecības pakalpojumi

Pakalpojumi līdz pirkšanas darījumam	Pakalpojumi pēc pirkuma	Papildpakalpojumi
1. Pasūtījums pa telefonu	1. Vienkāršā preces iesaiņošana	1. Remonts
2. Pasūtījuma pieņemšana pa pastu	2. Iesaiņošana dāvanu veidā	2. Uzziņu dienests
3. Reklāmas virzīšana	3. Pirkuma piegāde	3. Norēķini ar kredītkartēm un čekiem
4. Vitrīnu noformēšana	4. Piegāde ar pēcmaksu	4. Bezmaksas stāvvietas
5. Veikala ekspozīciju izmantošana	5. Preces uzstādīšana	5. Restorāni, kafejnīcas
6. Uzlaikošanas kabīnes	6. Preces sagatavošana lietošanai	6. Interjeru noformēšana (dzīvoklī, birojā, iegādājoties aizkarus, mēbeles u.c.)
7. Modeļu demonstrēšana	7. Preces pārveidošana	7. Kredītu izsniegšana
8. Veikala darba laiks ir zināms pircējam	8. Drēbnieka pakalpojumi	8. Atpūtas istaba
9. Lietoto preču pieņemšana	9. Uzrakstu veidošana uz preces (piemēram, graviera pakalpojumi u.c.)	9. Bērnu atpūtas telpas
	10. Preces nodošana atpakaļ veikalā	