

## ROZMOWA SPRZEDAŻOWA I JEJ ZNACZENIE

Obecnie w warunkach wolnego rynku podaż towarów jest duża i coraz trudniej jest je sprzedać. Wyrównuje się poziom techniczny produktów, które coraz bardziej upodobniają się do siebie swoimi cechami jakościowymi.

Dlatego też sprzedawcy na większą skalę mogą sprzedawać towary, stosując opusty cenowe.

Dzięki prawidłowo przeprowadzonej rozmowie sprzedażowej można sprawić, że konsumenci swoje potrzeby zaspokoją w naszym sklepie, a nie u konkurenta obok.

Klienci mają potrzeby i pieniądze, więc w wyniku odpowiedniej rozmowy sprzedażowej można sprawić, aby dokonali zakupu w naszym sklepie i byli zadowoleni.

Pozycją wyjściową do prowadzenia rozmowy sprzedażowej jest sposób potraktowania klienta. Rozmowa może zakończyć się sukcesem tylko wtedy, gdy obie strony, tj. sprzedawca i klient odnoszą się do siebie wzajemnie jak partnerzy. Każdego klienta należy potraktować jak najlepszego przyjaciela.

Sprzedawca musi być profesjonalistą. Już na początku rozmowy powinien sobie zapewnić zaufanie rozmówcy. Nie może sprawiać wrażenia, że jest poddanym klienta, musi być zdecydowanym znawcą towarów, do którego nabywca ma zaufanie.

Sprzedawca nie może być niecierpliwym, biernym, wyniosłym, nadmiernie ekspansywnym. Zawsze musi mieć na względzie nadrzędny interes konsumentów. Jako profesjonalista podczas rozmowy nakierowuje konsumentów na to, co chcą kupić, kierując się ich dobrem. Przekonuje klienta do kupna, używając jednego lub dwóch, najwyżej trzech silnych argumentów, nie więcej.

Po wejściu klienta do sklepu sprzedawca stara się trafnie i szybko ocenić go wizualnie (wiek, wygląd, np. tuszę, sposób ubierania się, tzw. styl). Jeżeli nabywca zainteresuje się jakimś towarem, zatrzyma się przy nim dłużej, sprzedawca podchodzi i pyta: „w czym mogę pomóc? Jeżeli ma pan(i) jakieś pytania, chętnie odpowiem.” Nawiązując kontakt wzrokowy z potencjalnym nabywcą, nie przekracza strefy prywatności. Rozchylone ręce sprzedawcy świadczą o jego otwartej postawie. Pokazuje artykuły, katalogi, instrukcje obsługi, ale nie czyta ich treści, tylko omawia. Charakteryzuje go postawa lekko pochylona do przodu i uśmiech, który nie znika w trudnej sytuacji. Zawsze wykazuje się doskonałą znajomością oferty. Jeżeli klient pyta o cenę, nie może być zbywany. Mówi się otwarcie, nie ścisząc głosu, że ten artykuł jest wart... Jeżeli cena

jest wysoka, to należy ją uzasadnić, pokazując zalety, funkcje, korzyści płynące z zakupu. Unikając podania ceny, sprzedawca przestaje być wiarygodny. Klienci nie lubią, gdy sprzedawca zwraca się do nich z propozycją służenia, więc pomijają się zwrot: Czym mogę panu(i) służyć? Jeżeli klient ogląda wszystko i nie zatrzymuje się dłużej przy jednym artykule, trzeba mu na to pozwolić i nie prowokować rozmowy. Dziś obejrzał sobie towary, a być może po pewnym czasie wróci, żeby kupić. Na zakończenie rozmowy sprzedawca dziękuje klientowi za zakupy w sklepie, zaprasza do ponownego przyjścia, podaje termin dostawy nowego towaru, życzy miłego dnia, popołudnia.

### Ćwiczenia:

W dwuosobowych zespołach zaprezentujcie rozmowę klienta i sprzedawcy w formie dialogu w dowolnie wybranych sklepach.

## ARGUMENTACJA PODCZAS SPRZEDAŻY

Argumenty powinny przekonać klientów, jakie mają korzyści z zakupu konkretnego towaru.

Oferując pastę do zębów, nie sprzedajemy preparatu do czyszczenia zębów, lecz dobre samopoczucie i zdrowe białe zęby.

Oferując odzież gotową, sprzedajemy urodę, szczupły, młody wygląd, dobre samopoczucie.

Oferując żywność, sprzedajemy zdrowie bez konserwantów, naturalne składniki.

Oferując artykuły gospodarstwa domowego i radiowo-telewizyjne, sprzedajemy towary energooszczędne i wielofunkcyjne o nieskomplikowanej obsłudze.

Oferując kosmetyki upiększające, sprzedajemy klientom urodę, proponujemy korektę niedoskonałości urody, regenerację skóry.

Oferując zabawkę, sprzedajemy dziecku chwilowe zajęcie, które go cieszy, uczy i rozwija.

Jeżeli argument wraz z informacją trafia do klienta, to rozmowa kończy się powodzeniem i dochodzi do transakcji. Zadowolony nabywca sprawi, że do naszego sklepu przyjdą również jego znajomi, sąsiedzi, koledzy, przyjaciele, niezadowolony przyczyni się do utraty innych klientów sklepu spośród swoich sąsiadów i znajomych. Starajmy się więc zadowolić każdego klienta.

### Ćwiczenia:

Jakich argumentów użyjesz, sprzedając:

- spodnie dżinsowe,
- zmywarki do naczyń,

Pytania  
i ćwiczenia



1.3.2

Pytania  
i ćwiczenia





- długopisy marki Parker,
- lalki Barbie,
- sztuczne kwiaty,
- czekoladę gorzką,
- jogurt owocowy 0% tłuszczu,
- krem do rąk z witaminami,
- kaptcie na zimę,
- porcelanowy serwis do kawy.

## 1.3.3 PROWADZENIE ROZMÓW SPRZEDAŻOWYCH Z RÓŻNYMI KLIENTAMI

### Ćwiczenia:

Ćwiczenia powinny się odbywać podczas zajęć na temat wzajemnych relacji klienta i sprzedawcy. Uczniowie w grupach dwuosobowych przyjmują role: klienta i sprzedawcy.

1. Przeprowadź rozmowę z klientem niezdecydowanym.
  - Kobieta prosi, żeby jej coś wskazać na szybki obiad dla niej i dziecka.
  - Nastolatka w księgarni szuka czegoś na prezent dla koleżanki na osiemnaste urodziny.
  - Dwoje młodych ludzi prosi o jakieś produkty na weekendowy wypad pod namioty.
  - Mężczyzna w wieku ok. 30 lat prosi o jakąś koszulę w sklepie z odzieżą męską.
  - Mężczyzna w podeszłym wieku prosi sprzedawczynię w kwaciarni o imienną wiązankę kwiatów dla żony.
2. Przeprowadź rozmowę z klientem nieufnym i przekonaj go do kupna:
  - ciemnego pieczywa,
  - zmywarki do naczyń,
  - jabłek reneta złota na szarlotkę,
  - ciastek bezcukrowych do popołudniowej herbaty,
  - sztucznej, ekologicznej choinki.
3. Obsłuż klienta niecierpliwego, który czeka w trzyosobowej kolejce w sklepie tradycyjnym.



4. Obsłuż dziecko, które przyszło na zakupy z karteczką z zapisanymi na niej produktami.
5. Obsłuż klienta agresywnego – mówi głośno, ma o wszystko pretensje do sprzedawcy, wymachuje rękoma.

## ROZWIĄZYWANIE SYTUACJI KONFLIKTOWYCH

1.3.4

Co zrobimy w sytuacji, gdy klientka przychodzi do sklepu, który jest pełen ludzi, i demonstracyjnie kładzie jogurt i paragon na ladzie, mówiąc: „Jogurt, który dziś kupiłam, jest spleśniały!”

To niemiła sytuacja dla sprzedawcy, jeżeli wszystko odbywa się w obecności innych klientów.

Co należy zrobić w takim momencie?

- Postępować delikatnie.
- Zaprosić klienta, aby przeszedł do innego pomieszczenia.
- Dokładnie wysłuchać klienta.
- Zdecydować, czy reklamacja jest słuszna, czy nie.
- Przeprzić klienta za wadę towaru.
- Przekazać reklamację producentowi.
- Zwrócić uwagę, co jest możliwym powodem pretensji klienta (jeśli reklamacja jest niesłuszna).
- Zaoferować wymianę towaru.
- Poprosić klienta o zaufanie w przyszłości.
- Zostawić klienta z odczuciem, że został dobrze potraktowany.

Nieodpowiednie zachowanie sprzedawcy wobec klientów:

- lekceważenie skargi,
  - obwinianie klienta za powstały błąd,
  - ośmieszanie klienta,
  - bagatelizowanie reklamacji.
- Sprzedawca nie powinien:
- kazać sprzątać klientowi, jeżeli ten stłukł coś niechcący, czy nawet zrobił to celowo,
  - obwiniać klienta o kradzież na podstawie przypuszczeń,
  - dokonywać rewizji osobistej, zaglądać do toreb w razie podejrzenia, że klient dopuścił się kradzieży.



**Ćwiczenia:**

1. Jak się zachowasz wobec klienta, który stłukł słoik z dżemem, wykładając go z koszyka na taśmę przy kasie?
2. Jak się zachowasz wobec matki, której dziecko w sklepie samoobsługowym stłukło dżem, strącając go z półki?
3. Jak się zachowasz wobec klienta, który zamiast do koszyka wkłada towar do kieszeni?

**1.3.5****RADZENIE SOBIE ZE STRESEM  
W PRACY SPRZEDAWCY**

Stres jest stanem ogólnej mobilizacji sił fizycznych i psychicznych człowieka. Mobilizacja sił fizycznych, które wyzwalają się podczas stresu, oznacza podwyższonego poziomu adrenaliny, przyspieszone tętno i oddech. Mobilizacja sił psychicznych oznacza natężenie uwagi, czyli reakcję na bodziec, inaczej: stresor. Stres objawia się pozytywnymi lub negatywnymi zmianami w zachowaniu człowieka. W wielu wypadkach działa mobilizująco, na przykład podczas kontroli w sklepie, podczas rozmowy z przyszłym pracodawcą. Jednak długotrwały i często powtarzający się stres może być przyczyną wielu zaburzeń w funkcjonowaniu organizmu człowieka. Źródłem stresu są najczęściej stresory społeczne. Praca sprzedawcy polega na kontaktach z ludźmi, z klientami, ze współpracownikami i z pracodawcą. Sprzedawca ma możliwość spotkania różnych ludzi o różnych osobowościach i o wygórowanych oczekiwaniach. Nie da się dostosować klientów do wyobrażeń sprzedawców, ale sprzedawca powinien dostosować się do wyobrażeń i oczekiwań klientów. Aby pracować z ludźmi, trzeba ich lubić, liczyć się z ich potrzebami, problemami – to już stanowi połowę sukcesu. Druga połowa sukcesu w pokonywaniu stresu to:

- wiedza z zakresu oferty towarowej,
- pełna i bogata oferta towarowa na półkach,
- profesjonalna obsługa urządzeń technicznych,
- właściwa aranżacja sklepu,
- otwartość na klientów,
- świadome i odpowiedzialne wykonywanie obowiązków.

Jeżeli sprzedawca jest profesjonalistą, uniknie w dużej mierze stresów. Obecnie wiele stresów wiąże się z utratą pracy. Inne przyczyny stresów to trudna

sytuacja rodzinna, konflikty w pracy, problemy finansowe, choroba bliskich osób. Przyczyną stresu może być stan zdrowia. Nagłe pogorszenie formy fizycznej lub psychicznej może być silnym stresorem dla osób, które wcześniej nie chorowały. Umiejętność pokonywania stresu jest bardzo ważna.

Do skutecznych technik antystresowych należą:

- zmiana formy aktywności – zmiana rodzaju wysiłku (jeżeli przyczyną stresu jest praca umysłowa, to należy zmienić ją na wysiłek fizyczny, np. sport, taniec, sprzątanie mieszkania, i odwrotnie, jeżeli przyczyną stresu jest wysiłek fizyczny, to należy zamienić czynności fizyczne np. na czytanie książek, słuchanie muzyki, medytacje),
- muzykoterapia – słuchanie ulubionej muzyki,
- choreoterapia – taniec (bardzo skuteczna metoda relaksacyjna, rozluźniająca),
- aromaterapia – otaczanie się przyjemnymi zapachami,
- śmiech – przebywanie w wesołym towarzystwie, oglądanie dobrych komedii,
- sen – sypianie odpowiednią liczbę godzin (człowiek potrzebuje 6–8 godzin snu na dobę),
- ziołolecznictwo – picie herbatek ziołowych z melisy, szalwii, mięty,
- odpowiednia dieta – regularne jądanie posiłków wprowadzanie do jadłospisu warzyw i owoców w dużej ilości,
- turystyka, wędkarstwo, żeglarstwo – przebywanie na świeżym powietrzu, wysiłek fizyczny (turystyka i żeglarstwo) i odpoczynek,
- hydroterapia – systematyczne pływanie, kąpiel w wannie z dodatkiem olejków zapachowych, prysznic,
- hobby, pasje – odnalezienie i rozwijanie swoich zainteresowań, np. kolekcjonerstwo,
- wysiłek fizyczny – spacer, ćwiczenia poranne, ćwiczenia na siłowni (w celu dotlenienia i rozładowania napięcia),
- techniki relaksacyjne – ćwiczenia jogi, medytacje,
- planowanie i organizowanie zajęć – racjonalne organizowanie czasu pracy i odpoczynku.

Warto pamiętać, że w rozwiązywaniu problemów może nam pomóc ktoś bliski. Zwykła rozmowa, dobre słowo, życzliwość otoczenia mogą uwolnić człowieka od stresu. Należy wystrzegać się takich sposobów rozwiązywania napięcia, jak sięganie po papierosy, alkohol, narkotyki. Jeżeli stres staje się stanem przewlekłym, trzeba udać się do specjalisty.



## 1.3.6

## ZACHOWANIA ASERTYWNE

Zachowanie asertywne polega na uznawaniu, że jest się tak samo ważnym jak inni. Zachowanie asertywne oznacza korzystanie z osobistych praw bez naruszania praw innych. Osoba asertywna ma jasno określony cel, nie daje się manipulować innym, a własne emocje potrafi kontrolować, nie ignoruje emocji i dążeń innych ludzi, dba o własne interesy z uwzględnieniem interesów innych. Uznaje swoje błędy, dostrzegając też swoje sukcesy. Zna swoje mocne i słabe strony. Potrafi porozumieć się z innymi, dochodzi swoich praw.

Człowiek asertywny:

- jest pewny siebie,
- ma obiektywną samoocenę,
- ma szacunek dla siebie i innych,
- jest odpowiedzialny za swoje działania,
- potrafi zadawać pytania partnerowi i słuchać jego wypowiedzi,
- potrafi odmówić i uzasadnić swoją odmowę,
- akceptuje swoją autonomię,
- jest śmiały, otwarty, szanuje odrębność innych,
- wyraża swoje uczucia w sposób otwarty,
- często się odzywa.

Asertywna odmowa nie powinna być usprawiedliwieniem ani wyrażać pretensji. Aby partner nie wywierał presji, mówimy o sobie: **wolę; chcę; wybieram; zdecydowałem / tam**. Nie stawiamy warunków, tylko mówimy jasno, jak chcemy być traktowani. Odmowa to uczciwe stwierdzenie, że na coś się nie zgadzam. Mówimy spokojnie, utrzymujemy kontakt wzrokowy, zachowujemy postawę odprężoną, opanowaną. Stosujemy słownictwo: **ja uważam; czuję że; co Ty na to; chcę**. Jeżeli godzimy się na wykonanie czegoś wbrew swojej woli lub pobłażliwie tolerujemy nietypowe zachowania innych, to taka sytuacja powoduje narastanie wewnętrznego napięcia, poczucia krzywdy. Może to doprowadzić w końcu do „wybuchu wulkanu” i niepotrzebnego konfliktu. Małe czy duże problemy rozwiązujemy na bieżąco, nie kumulujemy ich w sobie. Można zastosować magiczne słowa: **proszę i dziękuję**. Oto kilka przykładów zachowań asertywnych sprzedawców wobec klientów:

- *Proszę nie zrzucać towarów na podłogę.*
- *Proszę przypilnować dziecko, ponieważ zrzuca towary z półek.*

- Proszę nie dotykać pieczywa gołą ręką.
- Dziękuję, ale nie skorzystam z Państwa oferty handlowej.
- Nie życzę sobie, aby Pan/Pani na mnie krzyczał/a.
- Stop – nie wolno palić papierosów przed sklepem.
- Przykro mi, ale nie wolno wchodzić do sklepu z lodami.
- Nie sprzedam Panu/Pani alkoholu, ponieważ jest Pan/Pani pod jego wpływem.
- Proszę okazać dowód osobisty, ponieważ alkohol i papierosy sprzedajemy osobom dorosłym.
- Niestety, nie wolno wchodzić do sklepu z psem, mimo że jest na smyczy.
- Niestety, nie może Pan/Pani zwrócić zakupionego wczoraj u nas płaszcza (butów, telewizora, zabawki, serwisu do kawy), ponieważ nie podlega reklamacji i jest towarem zgodnym z umową.

W kontaktach z ludźmi nie można być uległym ani agresywnym. Powodzenie zapewnia postawa asertywna, zgodna z własnym sumieniem i obowiązującymi normami. Człowiek wtedy wykazuje się odpowiedzialnością i uczciwością.

#### Odpowiedz:

1. Kiedy asertywne zachowania sprzedawcy w pracy mogą przynieść korzyści. Uzasadnij odpowiedź.
2. Czy obawiasz się, że asertywne zachowania sprzedawcy wobec klientów mogą negatywnie wpłynąć na liczbę kupujących?
3. Czy obawiasz się, że twoje asertywne zachowania mogą zostać negatywnie ocenione przez twoich znajomych.
4. Jak ty rozładowujesz stres po trudnym dniu?

#### Ćwiczenia:

W zespołach dwuosobowych zaprezentujcie zachowania asertywne wobec klientów, opierając się na przykładach z doświadczeń własnych lub zaobserwowanych podczas odbywania praktyki zawodowej.

Pytania  
i ćwiczenia





## 1.3.7

## TEST SPRAWDZAJĄCY

Rozwiąż test, zaznaczając jedną poprawną odpowiedź.

test



1. Choreoterapia jest to
  - a. metoda relaksacyjna poprzez taniec.
  - b. stosowanie diety.
  - c. stwierdzenie choroby.
  - d. wysiłek fizyczny.
  
2. Techniki relaksacyjne są to
  - a. spacer.
  - b. kąpiele.
  - c. ćwiczenie jogi i medytacje.
  - d. hobby, pasje.
  
3. Człowiek asertywny
  - a. ma zawyżoną samoocenę.
  - b. ma zaniżoną samoocenę.
  - c. ma obiektywną samoocenę.
  - d. nie akceptuje autonomii innych osób.
  
4. Argumenty sprzedawcy podczas rozmowy z klientem powinny
  - a. przekonać klienta do korzyści z zakupionego towaru.
  - b. nakłonić do zakupu mimo woli klienta.
  - c. wpływać na gust klienta.
  
5. Rozmowa sprzedawcy z klientem odbywa się
  - a. w sklepach samoobsługowych.
  - b. tylko w sklepach tradycyjnych.
  - c. tylko w sklepach preselekcyjnych.
  - d. w sklepach tradycyjnych i preselekcyjnych.

**KRZYŻÓWKA Z HASŁEM**

1.3.8

Rozwiąż krzyżówkę i odczytaj hasło.

1. Sytuacje konfliktowe i problemy należy ...
2. Czynności, które wykonuje sprzedawca wobec klienta, to ...
3. Rozładowanie stresu za pomocą np. melisy.
4. Pokonywanie stresu poprzez słuchanie ulubionej muzyki.
5. Człowiek asertywny jest ...
6. Hydroterapia to wykorzystanie w leczeniu ...
7. Zachowanie takie polega na korzystaniu z praw osobistych i szanowaniu praw innych.

