

Data: 03.11.2020 r. Zawód : SPRZEDAWCA

Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW

5. Temat : Techniki sprzedaży stosowane w handlu.

Techniki sprzedaży są to metody negocjacji podczas których klient oraz sprzedawca w racjonalny sposób starają się uzyskać kompromis broniąc swojego interesu. Nie można ich sztywno określić ponieważ wynikają bezpośrednio z relacji między dwoma osobami, których rezultat trudno przewidzieć. Techniki stosowane w negocjacjach są efektem przede wszystkim z umiejętności negocjacyjno - sprzedażowych uczestników (R. Mouliner, s. 13).

W sprzedaży wyróżnić można techniki takie jak:

- perswazja,
- argumentacja handlowa,
- licytacja,
- wykorzystanie czasu,
- manipulacja.

Perswazja służy do zmiany zdania na jakiś temat drugiej osoby. Zakłada się, że mimo chęci obrony swojej racji i warunków, ludzie są skłonni do zmiany swojego stanowiska. Zależy to przede wszystkim od wiarygodności rozmówcy, kontekście rozmowy czy stylu komunikacji. W modelowym procesie perswazji wyróżnić można następujące fazy: *uczenie, akceptacja, oraz zmiana stanowiska.*

Argumentacja handlowa w negocjacjach różni się ze względu na podmiot odwołania. Wyróżnić można argumentację nastawioną na emocje, obejmującą świat ideologii i wartości oraz argumentację nastawioną na użyteczność, za którą przemawiają konsekwencje konkretnych decyzji. Istotnym elementem argumentacji są tzw. asy w rękawie, czyli niepodważalne fakty, korzyści dla klienta np. ten program komputerowy przyspieszy proces podejmowania decyzji o 2 dni.

Licytacja odnosi się do wyznaczenia tzw. stawki otwarcia, czyli ceny jaką proponuje się za dane dobro na samym początku negocjacji, która nie powinna być z jednej strony niższa niż średnia rynkowa, a z drugiej strony nie powinna przerastać obecnych warunków rynkowych.

Wykorzystanie czasu do ustanowienia czasu trwania negocjacji. Gra czasem i jego ograniczanie ma istotny wpływ na obie strony, umożliwia ich koncentrację na problemie, pozwala na zajęcia bardziej elastycznego stanowiska w celu uzyskania kompromisu.

Manipulacje można podzielić na:

- *manipulacja czasem* wykorzystuje takie sposoby jak odkładanie rozpoczęcia negocjacji, zawieszania ich, odkładanie w nieskończoność spraw istotnych na rzecz tych mniej istotnych,

- *manipulacja kompetencjami decyzyjnymi* - ukrywanie braku kompetencji dotyczących podejmowania decyzji podczas prowadzenia rozmów np. w celu zebrania danych czy rozeznania rynku,
- *manipulacja faktami* - pomijanie istotnych faktów w negocjacjach, świadome zniekształcanie informacji czy przedstawianie przed faktami dokonanyymi (A. Winch, S.Winch, s. 65-90).

Źródło: Encyklopedia zarządzania / techniki sprzedaży /

Data: 03.11.2020 r. Zawód : SPRZEDAWCA

Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW

6. Temat : Urządzenia techniczne stosowane przy organizowaniu sprzedaży towarów.

Kasa Fiskalna

Urządzenie elektroniczne, służące do rejestracji obrotu oraz kwot podatku (dochodowego i VAT) należnego ze sprzedaży detalicznej. Niektóre z kas rejestrujących stosowanych na świecie nie posiadają pamięci fiskalnej lub nie stanowi ona źródła naliczania podatku VAT, a dane o obrotach rejestrowane są w zewnętrznej zabezpieczonej pamięci.



Prezi

WAGA

Przyrząd do wyznaczania masy ciał na zasadzie równowagi sił lub wykorzystania zjawisk fizycznych. W prostej wadze szalkowej jedną z sił jest ciężar ciała o mierzonej masie, drugą – ciężar odważników lub inna wyskalowana siła. Do najczęściej spotykanych można zaliczyć:

- Wagę sklepową – w wersji elektronicznej umożliwia ona równoczesne określenie kosztu ważonego towaru, często jest sprzężona z kasą fiskalną, tego rodzaju wagi podlegają kontroli prawnej ze względu na ochronę praw konsumenta.



Skannery

Urządzenie służące do przebiegowego odczytywania: obrazu, kodu paskowego lub magnetycznego, fal radiowych itp. do formy elektronicznej (najczęściej cyfrowej). Skaner przeszukuje kolejne pasma informacji odczytując je lub rejestrując. W sprzedaży występuje najczęściej skaner ręczny.



Terminal



Urządzenie instalowane w punktach handlowo-usługowych. Używane do kontaktu z bankiem za pośrednictwem centrum autoryzacyjnego (acquirer) w sytuacji, gdy klient za nabywany towar lub usługę płaci kartą płatniczą w celu rozliczenia transakcji. W Polsce działa siedem spółek uwierzytelniających płatności kartami.



Inwentaryzatory



Przenośne, bezprzewodowe urządzenia z zainstalowanym systemem operacyjnym oraz programem zarządzającym wyposażone w czytnik kodów kreskowych.



W ramach ćwiczenia przygotuj prezentację – zasady funkcjonowania kasy fiskalnej
Termin nieprzekraczalny nadsyłania opracowania tematu do 10.11.2020 r.
Podaj adres na który przesyłacie prace : turnus2@bcebielsko.pl
w temacie proszę napisać : dla Pani Rajchel i nazwę przedmiotu

Data: 03.11.2020 r. Zawód : SPRZEDAWCA

Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW

7. Temat : Zapasy towarów.

Zapasy – środki będące w posiadaniu przedsiębiorstwa, które mogą być sprzedane lub wykorzystane w procesie produkcji. Należą do nich: produkty finalne, czynniki wytwórcze, produkcja w toku, grunty i nieruchomości przeznaczone na sprzedaż.

Zapasy stanowią rezerwy w obliczu nieterminowości dostaw oraz niepewności związanej z sytuacją na rynku produktów i czynników, a także na skutek sezonowości sprzedaży produktów i zakupu czynników. Ponadto, dokonywanie zakupów w większej skali na ogół wiąże się z niższymi cenami np. zakupu, czy transportu. Zarządzanie zapasami decyduje o ich wielkości, a ta jest wypadkową korzyści z ich posiadania i kosztów ich utrzymywania.

Rodzaje zapasów

- bieżące – zużywane na bieżąco
- cykliczne – te, na które jest popyt sezonowy
- bezpieczeństwa – gromadzone ze względu na możliwość wystąpienia jakichś nieprzewidzianych okoliczności
- spekulacyjne – tworzone z wyprzedzeniem ze względów finansowych lub zaopatrzeniowych

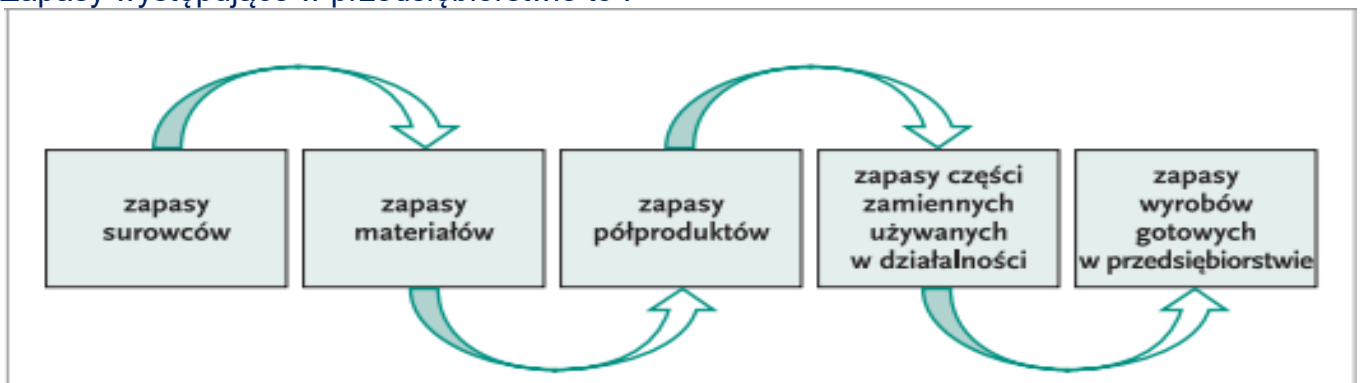
Cele tworzenia zapasów

- wyrównanie przepływu towarów
- monitorowanie bieżącego i przyszłego zapotrzebowania
- zapewnienie ochrony przed niepewnością popytu i podaży
- rozsądne wykorzystanie ludzi i sprzętu
- zapewnianie i wspieranie właściwej obsługi klienta
- możliwość oszczędzania przy zakupie większych partii
- monitorowanie bieżącego i przyszłego zapotrzebowania

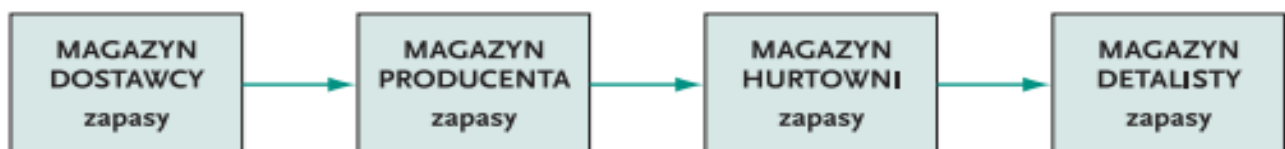
Funkcje zapasów

- umożliwiają wąską specjalizację produkcji
- stanowią ochronę przed niepewnością dostaw dla przedsiębiorstw
- zapewniają ciągłość dostaw w przypadku produkcji sezonowej
- pozwalają na prowadzenie gry rynkowej przy wykorzystaniu koniunktury i dekoniunktury cenowej

Zapasy występujące w przedsiębiorstwie to :



Droga zapasów od dostawcy do detalisty



Przygotuj wypowiedź na poniższe pytania.

1. Dlaczego podmiot gospodarczy utrzymuje zapasy w magazynie?
2. Jakie czynniki i w jaki sposób mogą wpływać na gospodarkę zapasami w przedsiębiorstwie?

Termin nieprzekraczalny nadsyłania opracowania tematu do 08.11.2020 r.

Podaję adres na który przesyłacie prace : turnus2@bcebielsko.pl

w temacie proszę napisać : dla Pani Rajchel i nazwę przedmiotu

Data: 03.11.2020 r. Zawód : SPRZEDAWCA

Przedmiot: ORGANIZOWANIE SPRZEDAŻY TOWARÓW

8. Temat : Jak analizować oferty od dostawców w celu dokonania wyboru dostawcy ?.

Kryteria wyboru i oceny dostawców, to bardzo istotne czynniki. Gdy firma poprawnie je zdefiniuje i zgodnie z danymi czynnikami dobierze dostawców, to istnieje duże prawdopodobieństwo iż będzie dobrze prosperować. Dobrze dobrany dostawca, może zagwarantować konkurencyjną cenę, jakość oraz szybszy czas dostarczanych materiałów czy usług.

Rodzaj (wybrane) kryteriów wyboru dostawców:

- cena
- jakość dostarczanych produktów
- niezawodność
- czas realizacji zleceń
- lokalizacja dostawcy
- warunki płatności
- innowacyjność

Cena uznana została za jeden z najważniejszych kryteriów oceny z racji wymogów rynkowych oraz wymuszeń konkurencyjnych. Niezbędne dla firmy stały się zabiegi obniżania kosztów w celu utrzymania przewagi konkurencyjnej. Bardzo ważnym kryterium jest również jakość dostarczanych wyrobów.

METODY OCENY I WYBORU DOSTAWCÓW

Wybór odpowiedniego dostawcy jest gwarantem niezawodności realizowanych dostawcy materiałów. Najczęściej wybierane metody wyboru i oceny dostawców:

- metoda punktowa,
- metoda wskaźnikowa.

W **metodzie punktowej** wyróżnia się takie etapy postępowania jak:

- ustalenie podstawowych kryteriów wyboru i cech mierzalnych (parametrów), które stanowią podstawę ich kwantyfikowania,
- dokonanie wyboru dostawcy.
- dokonanie ustaleń dotyczących zasad punktacji dla poszczególnych

Metoda punktowa jest najczęściej stosowaną metodą w doborze dostawców. Ocena dostawców i ich wybór może zostać ujęta w formie tabelarycznej lub graficznej

Kolejną z metod wykorzystywanych do oceny dostawców jest **metoda wskaźnikowa**, która bazuje na wskaźnikach odzwierciedlających jakość usług dostawczych, np.:

- liczba zrealizowanych dostaw do liczby złożonych zamówień,
- liczba niezrealizowanych dostaw do ogólnej liczby dostaw,
- liczba spóźnionych dostaw do ogólnej liczby dostaw,
- liczba dostaw reklamowanych do ogólnej liczby dostaw,
- częstotliwość występowania niekompletnych dostaw

Wskaźniki mają szczególne znaczenie w sytuacji, kiedy odbiorca wymaga dokładności dostaw oraz ich krótkich serii. Wieloprzekrojowe wskaźniki oceny stanowią zatem kluczowy element analizy controllingu logistyki.

Ocena dostawcy na podstawie realizowanych dostaw i bieżącej współpracy obejmuje ocenę na podstawie wyników bieżącej kontroli dostaw, zasad i woli współpracy, reakcji na bieżące odchylenia od warunków realizacji kontraktu.

Zasady i kryteria oceny są również przedmiotem ogólnych warunków kontraktu, aby dostawca wiedział, w jaki sposób będzie oceniany. Najczęściej ocenianymi parametrami są:

- terminowość dostaw,
- kompletność dostaw i zgodność z zamówieniem
- jakość dostarczanych materiałów,
- komunikacja i awizowanie dostaw,
- poprawność dokumentacji dostawy,
- jakość opakowania i identyfikacji ładunku.

Proces kwalifikacji dostawców obejmuje najczęściej trzy obszary oceny dostawcy:

- ocenę techniczną materiału, komponentu lub wyrobu,
- ocenę ekonomiczno-handlową dostawcy,
- ocenę systemu zapewnienia jakości dostawcy

Celem analizy dostawców jest zwrócenie uwagi na słabe strony każdego z nich oraz na podstawie danych historycznych, umiejętne wyciąganie wniosków na dalszą współpracę w przyszłości. Wiele firm jest mocnych w wyłącznie kilku najważniejszych kryteriach i ten aspekt sprawia, że zamówienia płyną w większości do nich, podczas gdy inni dostawcy, bardziej zaawansowani technologicznie oraz oferujący lepsze wyroby, są odpychani na dalszy plan. Wiele przedsiębiorstw nie zdaje sobie sprawy, iż błędny wybór dostawcy, zwłaszcza do współpracy długoterminowej może powodować nie tylko straty pieniężne, ale również katastrofalne dla całego przedsiębiorstwa skutki.