

61.и 62.час – Групна продаја

У продаји професионалним набављачима, продавци се често сусрећу са потребом да продају не једном, већ групи стручних лица из предузећа које купује.

Продавци се могу осећати непријатно у ситуацијама када би презентацију требало обавити пред већим бројем људи. Многи људи имају страх од јавног наступа.

Постоје неке карактеристике групне продаје а то су:

- група много лакше преузима ризик,
- у групи се губи одговорност због утицаја на друге,
- у групи је већа вероватноћа да постоји неко ко је наклоњен продајном предлогу продавца.

Групе се обично састоје од подгрупа. Задатак продавца је да:

- уочи подгрупе,
- разуме њихове ставове о појединим питањима.

Продавац би требало да преузме на себе лидера групе, да би могао да води и усмерава продајни разговор.

У већини група могуће је идентификовати три категорије учесника:

- брбљивци (веома важни за покретање расправе, превазилажење непријатних пауза),
- ћутљивци (за њих вођа групе није сигуран да ли разумеју и да ли одобравају предлоге изнете у презентацији и дискусији),
- остали

Домаћи задатак:

- препишите основне појмове у свеску,
- наведите пример групне продаје на интернету,
- пошаљите домаћи задатак у google учионицу до 13.05.2020.год.