

Kaj vse je potrebno za dobro nakupno izkušnjo

NASVET



Prodajalec naj stranki postavi vsaj tri vprašanja, preden ji začne predstavljati ponudbo, rešitev oziroma storitev.

■ **Natalia Ugren, direktorica družbe Skrivnostni nakup**



Odnos zaposlenega do stranke

Prodajalec v trgovini ali poslovalnici stranko, ki je vstopila, pogleda v oči - iskreno in prijazno -, se ji nasmehe in pozdravi z denimo »dober dan«.

Biti mora tudi odziven, kar pomeni, da da prednost stranki, in ne zlaganju blaga ali administrativnemu delu, ter dobro razpoložen, ustrezen odnos prodajalca do stranke opisuje Ugrenova.

Priporočljivi pristopi oziroma

ma nagovori stranke so po njenih besedah: »Kako lahko pomagam?«, »S čim lahko svetujem?«, »Kaj vam lahko pokažem?« in podobno.

Prodajni postopek

Sledi ugotavljanje potreb stranke. Priporočljivo je, da prodajalec stranki postavi vsaj tri vprašanja, preden ji začne predstavljati ponudbo, rešitev oziroma storitev. Hkrati se trudi ustreči željam in potrebam stranke. Ta mora imeti obču-

tek, da se ji je prodajalec povsem posvetil, poudarja sogo- vornica.

Pri predstavljanju izdelka oziroma storitve je v ospredju strokovnost. Pomembno je tudi, da prodajalec poleg lastnosti izdelka ali storitve predstavi čim več koristi, ki jih ta prinaša kupcu.

Navajanje koristi izdelka oziroma storitve prodajalcu rabi tudi kot argument pri strankinem morebitnem ugovoru na ceno. Pri tem prodajalec pou-

dari tudi kakovost izdelka ali storitve. Če mu stranke ne uspe prepričati, ji ponudi cenejši alternativni izdelek ali storitev.

Zelo pomembno je tudi, da stranki ponudi dodatni oziroma dopolnjujoči izdelek ali izdelke (oziroma storitve), povezane z osnovnim nakupom, in jih tudi ustrezno predstavi.

Sklenitev prodaje

V storitveni dejavnosti prodajalec prodajo konča tako, da pripravi ponudbo oziroma predračun, stranki izroči morebitni pisni material (katalog, letak ...), ji posreduje svoje podatke ter pove, da je na voljo za dodatne informacije, pravi sogo- vornica.

V trgovinski dejavnosti prodajalec prodajo konča tako, da na glas pove znesek na-

kupa, da nakupljene izdelke v vrečko oziroma, kadar gre za manjše izdelke, stranko vpraša, ali vrečko želi, stranki izroči račun in ji vljudno vrne kartico oziroma ji da gotovino v roko.

Zatem se stranki zahvali, se poslovijo z »na svidenje« in ji zaželi še lep dan ali lep konec tedna oziroma nekaj drugega spodbudnega.

Urejenost zaposlenega

Kot opozarja Natalia Ugren, na nakupno izkušnjo stranke pomembno vplivata tudi primerna osebna urejenost prodajalca v trgovini ali poslovalnici ter urejenost njegovih oblačil. Pomembno je tudi nošenje priponke z imenom prodajalca, ki mora biti na vidnem mestu in čitljiva, sklence sogo- vornica.

F SABINA PETROV
sabina.petrov@finance.si

Kako se morajo prodajalci v trgovinah in poslovalnicah vesti do strank, da bodo te z nakupno izkušnjo zadovoljne?

Idealni scenarij obiska v trgovini ali poslovalnici oziroma kaj vse je potrebno za dobro nakupno izkušnjo, opisuje direktorica družbe Skrivnostni nakup Natalia Ugren.