



ВИСШЕ УЧИЛИЩЕ ПО АГРОБИЗНЕС И РАЗВИТИЕ НА РЕГИОНИТЕ

ЦЕНТЪР ЗА ДИСТАНЦИОННО ОБУЧЕНИЕ

КУРСОВА РАБОТА

Учебна дисциплина: Управление на продажбите

Тема: Лична продажба - Характерни особености

Разработил:

Преподавател:

Специалност:

ОКС:

Факултетен №

ЦДО
2022/2023 уч. година

Съдържание

Увод.....	3
1. Принципи и процес на лична продажба	3
2. Силни и слаби страни на личните продажби.....	5
3. Видове лични продажби	6
4. Планиране и управление на личните продажби	8
Заключение.....	9
Използвана литература	10

Увод

Личната продажба е важен елемент в сферата на управлението на продажбите и играе решаваща роля за постигането на успех в бизнеса. Тя представлява един-към-един комуникационен процес между продавач и потенциален клиент с цел убеждаване и осъществяване на продажбата на даден продукт или услуга. Личната продажба се осъществява през директни срещи, телефонни разговори или виртуални платформи, като се стреми да установи взаимно важни връзки между продавача и клиента.

Значението на личната продажба в управлението на продажбите е неоспоримо. Тя предоставя възможност за директна комуникация и взаимодействие с клиентите, което позволява разбирането на техните нужди, предпочитания и предизвикателства. Личната продажба дава възможност на продавачите да представят продуктите и услугите си, да отговорят на въпроси и възражения, както и да предложат персонализирани решения и приспособяване според нуждите на клиента.

Ролята на личната продажба е многостранна. Тя не само осигурява сключването на сделки, но и създава и поддържа дългосрочни взаимоотношения с клиентите. Чрез личната продажба се изгражда доверие и вяност към марката или компанията, което води до повторни продажби и препоръки. Това е също така важно за събиране на информация за клиентските нужди и предпочитания, което може да бъде използвано за подобряване на продуктите и услугите, както и за разработване на по-целенасочени маркетингови стратегии.

1. Принципи и процес на лична продажба

Личната продажба е процесът на взаимодействие между продавач и потенциален клиент, който има за цел да представи и продаде продукт или услуга. Тя включва пряко взаимодействие между продавача и клиента, като продавачът представя продукта или услугата, отговаря на въпроси и запитвания, демонстрира предимствата и убеждава клиента да направи покупката.

Личната продажба се основава на изграждане на взаимно доверие и отношение между продавача и клиента, като продавачът използва комуникационни умения, търговски техники и знания за продукта или услугата, за да убеди клиента в ползите и стойността, които тя може да му предложи. Този вид продажба е особено полезен при по-сложни продукти или услуги, които изискват подробно обяснение или персонализирано