

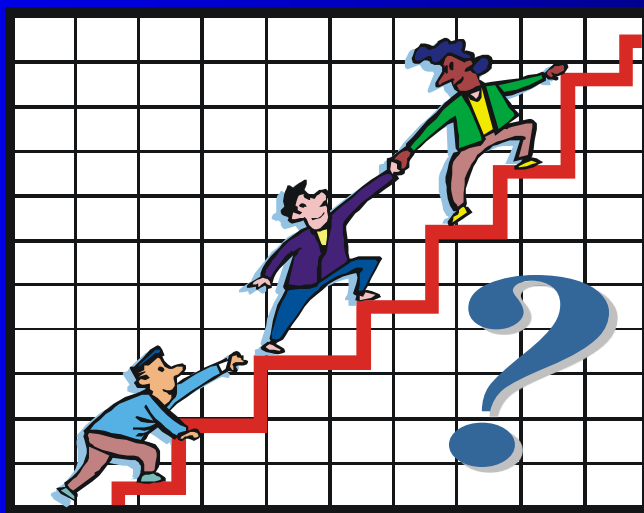
USPEŠNOST PRODAJE

Marketinški fokus, april 2003

**Ni slabih ali dobrih podjetij,
so le podjetja z boljšo ali
slabšo prodajo.**



**Oglaševalska kampanja je
natanko tako uspešna,
kolikor se je zaradi nje
povečala prodaja.**

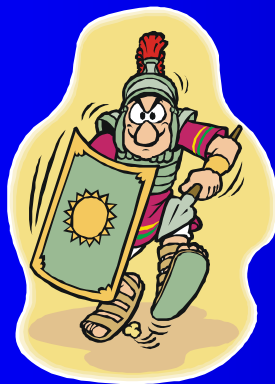


David Ogilvy



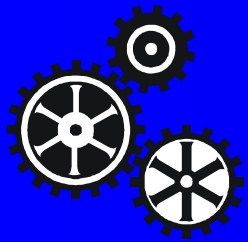
**“Ne poznam vas,
nikoli nisem slišal za
vas ali vašo firmo, ne
zanima me, kar
ponujate, ravno kar mi
je propadel lep posel
in ljubica me je dala
na čevelj: zakaj
hudiča bi torej hotel
narediti posel z
vami?!”**

PRODAJNIK	TRŽNIK
Ekstravertiran	Introvertiran
Dela z ljudmi	Dela za ljudi
V permanentnem stresu	Stres ob deadline-ih
Neanalitičen	Analitičen
Nemiren, nestalen	Kreativen garač
Izobrazbi ne pripisuje velikega pomena	Ceni in poudarja svojo izobrazbo
Ne mara evidenc, poročil, ipd.	Vestno pripravlja poročila
Je težko vodljiv	Je obvladljiv
Ne mara sestankov, kolegijev,...	Uživa v timskem delu
Njegova uspešnost je povsem merljiva	Njegova uspešnost je težko merljiva



NALOGA/PROBLEM	UKREPI /ORODJA
Screening stanja v prodajni službi	Anketa med kupci
Analiza posameznih prodajnikov – spremljanje na terenu	
Merjenje notranje klime v prodajni službi	
Merjenje osebne mreže	
Fokus grupa s prodajniki	
Intervjuji z upravo	
Screening podpornih dejavnosti prodajni službi v podjetju	Ocena komuniciranja organizacije z različnimi javnostmi (orodja, način, baze, targetiranje javnosti,...)
Spremljanje uspešnosti	
prodajnikov	
Prodajni lijak	Intenziviranje kontaktov s prodajniki
Pravilniki o načinu dela, metodah dela, procedurah, opravljenih količinah dela	
Metode poročanja uspešnosti dela – prisila (sestanki, tedenska in dnevna poročila)	
Povečanje uspešnosti prodajnikov	Redizajn nagrajevanja
Motivacijska orodja	
Dodatno usposabljanje in izobraževanje	
Prenos nekaterih specializiranih opravil od prodajnikov na organizacijo ali outsourcing (priprava baz, priprava komunikacijskih orodij, dogovarjanje sestankov,...)	





Trgovci v trgovski verigi

USPEŠNEJŠA PRODAJA POSTOPKI IN ORODJA

RAZISKAVA
MED
POTROŠNIKI

RAZISKAVA
MED
ZAPOSLENIMI

INTERVJUJI Z
UPRAVO

SKRIVNOSTNI
KUPEC

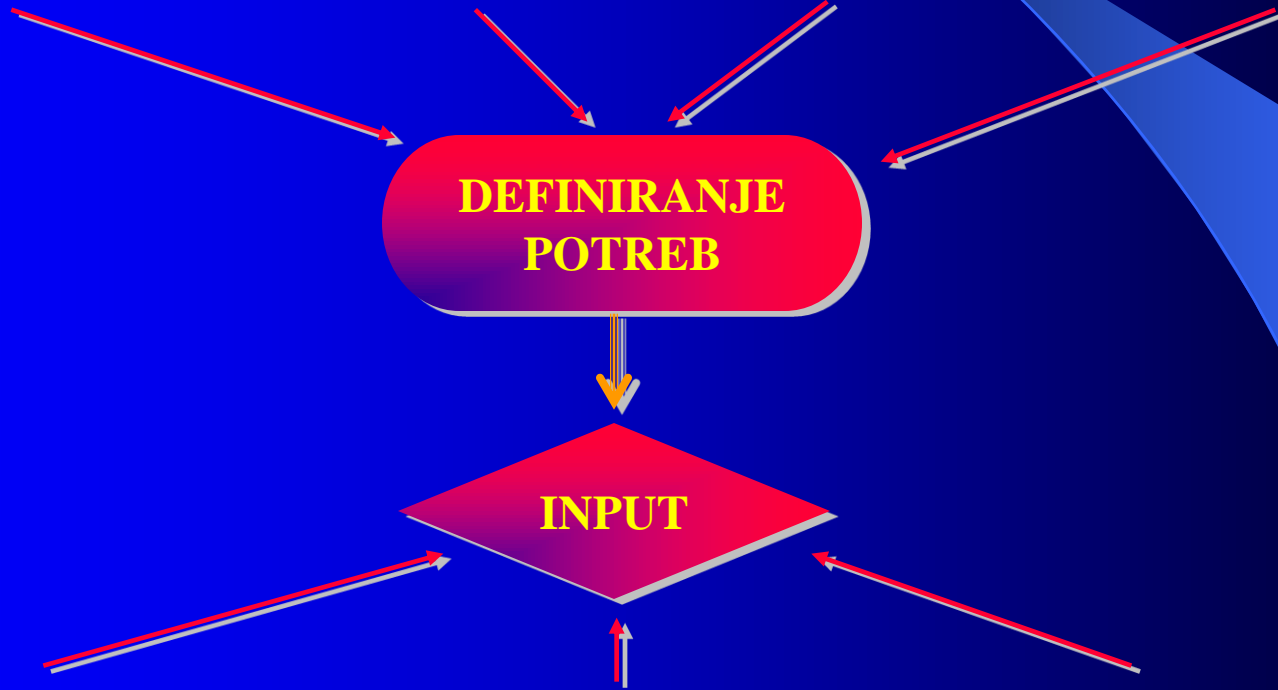
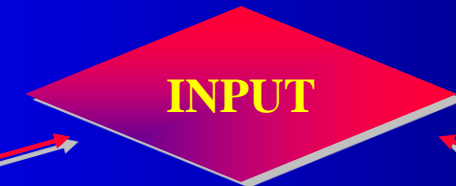
DEFINIRANJE
POTREB

INPUT

SEMINARJI

REVIJA PROPRO

TRENINGI



MOTIVACIJA

**NEGATIVNA
SELEKCIJA**

TEKMOVANJE

**SEMINARJI
TRENINGI**

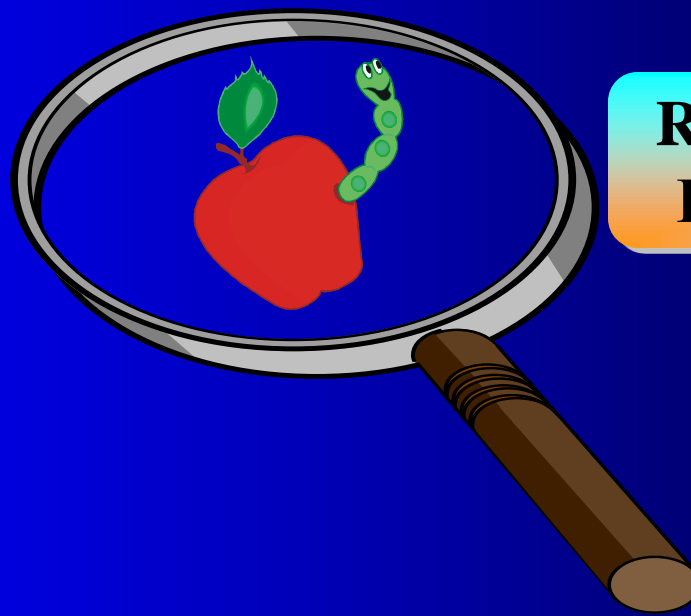


**MERJENJE IN
KONTROLA**

SCREENING 1

**VPRAŠALNIKI
V PROPRO**

**RAZISKAVA 2 -
POTROŠNIKI**



Veliko uspeha !!!

