

Akwizytor

524301

Inna nazwa zawodu: nie występują

Zadania i czynności

Ostatnia aktualizacja - 09.2009

Podstawowym celem pracy agenta ds. sprzedaży bezpośredniej jest pozyskiwanie nowych klientów i bezpośrednia sprzedaż różnego typu towarów i usług konsumentom, zazwyczaj w domu klienta, miejscu pracy lub w innych miejscach, poza stałymi punktami sprzedaży detalicznej. W trakcie sprzedaży bezpośredniej prowadzona jest osobista prezentacja produktu i udzielane są stosowne wyjaśnienia.

Zgodnie z wynikami prowadzonych badań szacuje się, że towarem najczęściej tak kupowanym są kosmetyki (w 2007 roku było to 74, 5 %), w dalszej części artykuły gospodarstwa domowego – 14, 5 %, suplementy diety, czyli odżywki, preparaty odchudzające i witaminy – 7,4%, ubiory, biżuteria i inne akcesoria mody – 2, 5 % oraz usługi telekomunikacyjne – 0,5 %.* Jednakże zakres towarów ulega rozszerzeniu, tak sprzedaje się produkty chemii gospodarczej, karmę dla zwierząt, pościele, garnki i wiele innych towarów. Sprzedaż bezpośrednia rozszerzona została też na różnego typu usługi np. usługi akwizytorskie w zakresie pozyskiwania i obsługi zleceń na emisję reklam w telewizji oraz sponsoring audycji telewizyjnych, sprzedaż usług oferowanych przez telewizje kablowe, usługi internetowe. Akwizytorzy przekonują osoby do przystąpienia do otwartego funduszu lub pozostanie członkiem tego funduszu, do którego należą oraz zawierają w imieniu funduszu umowy. Taka forma sprzedaży stosowana jest też w odniesieniu do sprzedaży towarów specjalistycznych przez firmy farmaceutyczne, informatyczne czy montujący drzwi i okna. Spotyka się też sprzedaż osoby, jako kandydata na posła, radnego czy burmistrza. Jak widać obszar działania przedstawicieli zawodu jest bardzo szeroki.

Agent ds. sprzedaży jest zawodem stosunkowo młodym, pojawił się w Polsce wraz ze zmianami ustrojowymi w Polsce w końcu XX wieku. Zmiany te spowodowały przekształcenia w obszarze przemysłu, handlu i usług. Potrzebne były osoby zajmujące się promocją i sprzedażą poprzez bezpośrednie kontaktowanie się z człowiekiem, w czasie takiej rozmowy twarzą w twarz rozwiewane były wszelkie wątpliwości na gorąco. Rozmowy takie odbywały się jak i cały czas są przeprowadzane w domu klienta, biurze lub na ulicy. Od nazwy czynności, którą się osoby zajmowały – akwizycji - nazywani byli akwizytorami. Jednakże wraz z upływem lat, słowo nabrało negatywnego znaczenia, osoby takie zaczęto kojarzyć z nachalnością i próbą sprzedaży wątpliwej jakości towarów. Obecnie zapotrzebowanie na osoby trudniące się bezpośrednią sprzedażą jest bardzo duże, dlatego też szczególnie duże firmy chcąc nadać właściwą rangę pracownikom zajmującym się tą czynnością, przypisują nowe nazwy stanowisku. Są oni nazywani sprzedawcami osobistymi, bezpośrednimi, specjalistami ds. sprzedaży bezpośredniej, konsulatami ds. sprzedaży, handlowcami czy brzmiącymi z angielska

sales representative.

Wyniki pracy w firmach stosujących sprzedaż osobistą zależą od zatrudnianych agentów ds. sprzedaży i stopnia ich kwalifikacji. Osoby takie kształtują wizerunek firmy i wpływają na decyzje klientów w sprawie zakupu produktu danej firmy. Z tego względu wyróżniającą cechą spośród innych zawodów jest umiejętność rozmowy z klientem tak, aby ta doprowadziła do zawarcia umowy sprzedaży i nawiązania stałej współpracy. Dobry agent ds. sprzedaży musi doskonale znać przedsiębiorstwo, które reprezentuje. Potrafić przedstawić potencjalnemu nabywcy misję, podstawowe zasady działania, wyznaczone cele, strategię, pozycję w danym segmencie rynku. Obowiązuje go też świetna znajomość produktu, który rozprowadza wśród odbiorców. Musi zaprezentować jego właściwości, sposoby użytkowania, zastosowania, atrybuty mówiące o jego przewadze w stosunku do produktu firm konkurencyjnych. W sytuacji doradzania musi być odbierany, jako ekspert w sektorze, który prezentuje, konsultantka firmy kosmetycznej pomagając dobrać właściwe kosmetyki powinna posiadać wiedzę na temat zdrowia, urody i higieny. Równie istotne w pracy agenta ds. sprzedaży jest posiadanie dość szerokiego zakresu wiedzy dotyczącej techniki procesu sprzedaży. Powinien być dobrym negocjatorem, umiejącym zrobić na kupującym dobre wrażenie i przekonać go, że zależy mu na zadowoleniu klienta.

Aby ułatwić pracę agentowi ds. sprzedaży oraz umożliwić jak najlepsze wywiązanie się z funkcji zaprezentowania firmy wyposażany jest w różnego rodzaju materiały reklamowe i promocyjne w rodzaju, katalogi, próbki oferowanych towarów, ulotki i foldery. Niekiedy klientom zostawia gadżety w rodzaju długopisy, kalendarze, smycze do kluczy, koszulki, czapeczki, oczywiście z nazwą i logo firmy.

Firmy zatrudniające agentów ds. sprzedaży wyposażają ich w samochód służbowy, laptop, telefon komórkowy, które to atrybuty zawodu stają się niezbędne do właściwej realizacji sprzedaży bezpośredniej.

Przedstawiciel tego zawodu ma też w zakresie realizowanych zadań udział w różnych akcjach promujących firmę. Zwykle wiąże się to z przygotowaniem w dużych centrach handlowych, na targach, kiermaszach ulicznych stoiska firmowego, gdzie jest prezentowana oferta usług i towarów, można skosztować produkty z branży spożywczej, zabrać próbki towarów chemicznych, kosmetyków, jak też uzyskać fachową konsultację.

Dane zaczerpnięto z danych Polskiego Stowarzyszenia Sprzedaży Bezpośredniej

www.pssb.pl

Środowisko pracy

Ostatnia aktualizacja - 09.2009

Warunki materialne

Praca agenta ds. sprzedaży odbywa się w różnych miejscach pracy, przede wszystkim w pomieszczeniach zamkniętych takich jak: sklepy, biura, mieszkania, apteki, hurtownie. Niejednokrotnie też na wolnym powietrzu np. sprzedaż na ulicy, w okolicach dużych centrów handlowych, czy środkach transportu, w których przewożone są oferowane towary. Miejsce pracy uzależnione jest od rodzaju prowadzonej sprzedaży i oferowanych towarów i usług. Osoba taka narażona jest na częste zmiany warunków atmosferycznych i temperatury powietrza związane z wielością odwiedzanych sklepów czy domów mieszkalnych. Osoba pracująca na wolnym powietrzu zmuszona jest zajmować się sprzedażą w wysokich latem, a niskich zimą temperaturach. Z uwagi, że jest to zawód nowy dotychczas nie stwierdzono zagrożenia występowania chorób zawodowych.

Warunki społeczne

W pracy agenta ds. sprzedaży dominuje indywidualna forma pracy. Zwykle bardzo ogólnie wyznaczony jest teren działania, natomiast zorganizowanie sobie pracy, wyznaczenie trasy wyjazdu oraz odwiedzanych punktów należy do agenta. Prowadzona sprzedaż bezpośrednia powoduje, że kontakty z ludźmi są niezbędne i bardzo intensywne. Od ilości sprzedanych towarów ustalana jest prowizja, która stanowi wynagrodzenie agenta tak, więc sam musi dążyć do jak najczęstszych spotkań. W trakcie kontaktów z ludźmi dominuje odpowiadanie na pytania, konsultowanie i negocjowanie z klientem warunków sprzedaży. Jeśli klient potrzebuje, przed dokonaniem sprzedaży, udziela rad dotyczących używania zakupionych towarów bądź wyboru odpowiedniej dla siebie oferty usług. Jako reprezentant firmy nawiązuje współpracę z nowymi klientami bądź podtrzymuje już istniejące, przeprowadza wywiady wśród klientów mające na celu rozeznanie aktualnych, ale i przyszłych potrzeb. Jako członek zespołu agentów również z nimi rywalizuje o osiągnięcie jak najlepszych wyników sprzedaży, gdyż z tym wiążą się dodatkowe profity i uznanie ze strony przełożonych, a czasem i awans zawodowy. Wykonywanie pracy niejednokrotnie też rodzi konflikty z ludźmi, szczególnie, gdy agent nachodzi potencjalnych klientów w ich domach, biurach i zbyt obcesowo namawia do dokonania zakupu. Porozumiewanie w pracy ma charakter rozmowy, służącej przekonaniu klienta do zakupu towaru lub usługi. Czasem wykorzystywana jest też forma pisemna, zwykle służy ona jednak podtrzymaniu kontaktów. Szczególnie różnego typu konsultanci ds. sprzedaży perfum i kosmetyków wykorzystują też urządzenia komunikacyjne typu telefon, poczta elektroniczna, aby umówić się z klientem na spotkanie, bądź zamówić u dystrybutora zapotrzebowane przez klientów artykuły.

Warunki organizacyjne

Agent ds. sprzedaży samodzielnie ustala sobie czas pracy. Praca wykonywana jest w różnym wymiarze czasowym. W przypadku, gdy jest to praca dodatkowa, wykonywana po godzinach pracy, trwa dziennie w przedziale 0 – 3 lub 3 – 6 godzin. Natomiast jeśli jest to jedyne źródło utrzymania to od 9-12 godzin. W zależności od charakteru sprzedaży może być prowadzona też w soboty i niedziele. W przypadku większości agentów wymagane jest przemieszczanie się na dużych lub małych odległościach. Praca jest wykonywana poza siedzibą firmy, dlatego też agenci ds. sprzedaży w celu dojazdu do klienta wykorzystują do przemieszczania się służbowe lub prywatne samochody. Wykonywanie pracy przedstawiciela tego zawodu wiąże się z brakiem nadzoru ze strony przełożonych, natomiast wymagane jest systematyczne

przedkładanie wyników prowadzonej sprzedaży i ewentualne tłumaczenie się z niewykonania wyznaczonego planu sprzedaży. Praca ma charakter zrutynizowany, występuje powtarzalność wielu czynności związanych z przedstawieniem oferty klientowi, podpisaniem umowy, składaniem indywidualnych, a później zbiorczych zamówień czy wreszcie dystrybucją towarów i usług, inkasowaniem gotówki i dokonywaniem jej wpłaty na konto firmy i wreszcie rozliczaniem się z całości sprzedaży w określonym okresie czasu. Od agenta ds. sprzedaży wymaga się schludnego wyglądu, niektóre firmy zakupują ubrania reprezentacyjne, które zobowiązani są nosić w trakcie wykonywania obowiązków zawodowych.

W strukturze organizacyjnej firmy zatrudniającej agentów są oni podwładnymi, mającymi swoich bezpośrednich przełożonych, którzy rozliczają ich z wyników sprzedaży. Sprzedawcy współpracujący z przedsiębiorstwami sprzedaży bezpośredniej, to działający na własny rachunek niezależni przedsiębiorcy.

Osoby zatrudnione na stanowisku agenta ponoszą odpowiedzialność finansową za pobrany towar oraz znajdujące się na jego wyposażeniu samochód, laptop, telefon i inne powierzone sprzęty.

Wymagania psychologiczne

Ostatnia aktualizacja - 09.2009

Z uwagi na specyficzny charakter pracy agenta ds. sprzedaży niezbędnymi cechami są: umiejętność nawiązywania kontaktów z ludźmi oraz zdolność przekonywania do zakupu towaru. Od rozpoczęcia rozmowy oraz sposobu jej prowadzenia, zależy odniesienie sukcesu w postaci zainteresowania firmą, którą reprezentuje agent, a przede wszystkim ofertą sprzedaży lub świadczenia różnych usług. Powinien nabyć umiejętność postępowania z ludźmi, czyli posiadać kompetencje społeczne w zakresie aktywnego słuchania, co pozwala rozpoznać rzeczywiste potrzeby klienta. Starać się wczuć w sytuację klienta i w ten sposób dobrać argumenty przekonujące klienta do zakupu.

Niezbędna w pracy w zawodzie jest duża odporność emocjonalna i odwaga. Dotyczy to przede wszystkim bezpośredniej sprzedaży na ulicach i domach klientów, ale i podczas organizowanych prezentacji. W tych sytuacjach agent spotyka się często z odmową, a nawet agresją w postaci niewybrednego komentarza ze strony ludzi.

Powinien być osobą samodzielną potrafiącą zorganizować sobie pracę i w pełni wykorzystać czas pracy, jaki na nią poświęca. Winna go cechować samokontrola w realizacji zaplanowanych zadań, jak też wykazywać się inicjatywą w pozyskiwaniu nowych klientów.

Sukces w działaniu agenta ds. sprzedaży, uzależniony jest od wytrwałości, cierpliwości i konsekwencji w podejmowanych działaniach, jak też pełnego wywiązywania się z podjętych zobowiązań i terminowości realizacji zamówienia. Dobrze, aby kandydata do tego zawodu cechowała szeroko rozumiana ciekawość, zarówno w zakresie nabywania wiedzy o firmie, jaką reprezentuje, oferowanych towarach oraz technikach sprzedaży. Z racji pracy, jako niezależny handlowiec lub zatrudniony w ramach firmy powinien odznaczać się dążeniem do osiągania coraz lepszych wyników w sprzedaży, ale też awansu w strukturze organizacyjnej.

Z niezbędnych zdolności, które powinien posiadać przyszły handlowiec sprzedaży bezpośrednio jest łatwość wypowiadania się przede wszystkim w mowie, ale i piśmie. Jego wypowiedź powinna być płynna i jasna, a sformułowania i wypowiedzane myśli precyzyjne. Dobra pamięć to również bardzo pożądana sprawność, umożliwia szybkie zapamiętywanie dużej ilości informacji dotyczącej parametrów towarów i usług posiadanych w ofercie, ale też faktów z wcześniejszych uzgodnień i rozmów z poszczególnymi klientami.

Przydatna jest też zdolność koncentracji uwagi, ale i jej podzielność, uzdolnienia rachunkowe, rozumowanie logiczne, wyobraźnia i myślenie twórcze.

Osoba chcąc pracować w zawodzie powinna przejawiać w bardzo dużym stopniu zainteresowania menedżerskie. Mieć duże poczucie realizmu i silną wewnętrzną motywację do działania, zdolność przewidywania oraz adaptacji do zmieniających się warunków, potrafić podejmować szybkie decyzje, koncentrować się na działaniach i osiągniętych rezultatach, umieć pokonywać trudności, być gotowym do ponoszenia ryzyka. Przydatne są też zainteresowania urzędnicze, przejawiające się w sprawnym i chętnym wykonywaniu typowych czynności biurowych.

Przedmioty nauczane w szkołach, które są przydatne w późniejszej pracy w zawodzie agenta ds. sprzedaży to: ekonomia, business, informatyka, psychologia i matematyka.

Wymagania fizyczne i zdrowotne

Ostatnia aktualizacja - 09.2009

Czynności wykonywane w zawodzie agenta ds. sprzedaży, można zaliczyć do różnych kategorii obciążenia fizycznego pracą. Uzależnione jest to od charakteru sprzedaży bezpośrednio realizowanej przez osobę. W przypadku prowadzenia sprzedaży np. kosmetyków, czyli przedstawienia usługi można ją zaliczyć do bardzo lekkiej. W swej pracy osoby wykorzystują różnego typu katalogi, posiadają próbki oferowanego towaru. Inaczej wygląda sytuacja, gdy osoba ma ze sobą oferowany towar i go zostawia klientowi np. karma dla zwierząt. W tym przypadku możemy mówić o pracy średnio lekkiej.

W wykonywaniu tego zawodu wskazana jest dobra ogólna wydolność fizyczna, sprawność układu mięśniowego oraz układu kostno-stawowego. Dotyczy to przede wszystkim agentów ds. sprzedaży, którzy zmuszeni są dużo poruszać się, chodzić po schodach, przenosić towar. W ich przypadku niewskazane jest też wykonywanie tego zawodu, gdy chorują na choroby serca i układu krążenia. Nie ma takich wymagań od konsultantów zajmujących się sprzedażą drobnych artykułów kosmetycznych i perfumeryjnych. W przypadku tych osób konieczne jest rozróżnianie barw, czyli też duża sprawność narządu wzroku oraz wyostrzony zmysł węchu. W przypadku wszystkich osób zajmujących się sprzedażą, z uwagi na bezpośredni kontakt z klientem, ważny jest dobry słuch oraz brak wad wymowy. Konieczna jest też spostrzegawczość i szybki refleks.

Warunki podjęcia pracy w zawodzie

Ostatnia aktualizacja - 09.2009

Aby wykonywać zawód agenta ds. sprzedaży nie ma koniecznych wymagań

dotyczących formalnego wykształcenia oraz jego poziomu. Pomocne będzie posiadanie wykształcenia ekonomicznego i społecznego. Jednakże szczególnie istotne w tym zawodzie są predyspozycje osobowościowe do jego wykonywania.

Większość firm zatrudniająca agentów ds. sprzedaży, przygotowuje ich do pracy poprzez system wewnętrznych szkoleń.

Podstawę przygotowania nowoczesnego sprzedawcy, działającego według reguł marketingowych, stanowią przede wszystkim trzy segmenty wiedzy. Pierwszy z nich dotyczy przedsiębiorstwa, które sprzedawca reprezentuje (misja, osobowość, podstawowe zasady działania, wyznaczone cele, strategie, pozycja na danym segmencie rynku itp.). Drugi segment wiedzy obejmuje zakres znajomości produktu, który rozprowadza wśród odbiorców (właściwości, sposoby użytkowania, zastosowanie, atrybuty mówiące o jego przewadze w stosunku do produktu firm konkurencyjnych itp.). Trzeci zaś obejmuje dosyć szeroki zakres wiedzy dotyczącej techniki procesu sprzedaży („sztuki” czy umiejętności sprzedawania i przekonywania klienta do nabycia danego produktu), komunikacji z klientem, radzenia sobie z stresem, zarządzania czasem, poznania sztuki negocjacji.

Przed rozpoczęciem samodzielnej pracy kandydat do pracy odbywa praktykę. W jej trakcie towarzyszy przełożonemu lub doświadczonemu pracownikowi firmy, podczas wykonywania pracy i zapoznaje się ze sposobem realizacji zadań.

W wielu firmach zajmujących się sprzedażą specjalistycznego towaru lub usług, wymaga się posiadania wykształcenia o określonym profilu. Przykładowo w branży informatycznej i elektronicznej zatrudnia się osoby posiadające wyuczony zawód elektronika, automatyka, robotyka, mechanika czy informatyka, natomiast w branży farmaceutycznej lekarzy, fizjoterapeutów, biologów, chemików lub inne osoby posiadające wiedzę z zakresu anatomii człowieka i chemii.

W wykonywaniu tego zawodu przydatne jest posiadanie prawa jazdy na samochody osobowe i umiejętność obsługi komputera.

Możliwości awansu w hierarchii zawodowej

Ostatnia aktualizacja - 09.2009

W przypadku agentów ds. sprzedaży zatrudnianych przede wszystkim przez duże firmy, awans dotyczy kolejnego szczebla w ramach struktury organizacyjnej jednostki. Zwykle szczeblem wyższym są specjaliści ds. sprzedaży, następnie kierownicy i wreszcie dyrektorzy działu czy oddziału. Awanse uzależnione są przede wszystkim od osiągniętych wyników sprzedaży.

Osoby będące agentem ds. sprzedaży i zajmujące się prowadzeniem sprzedaży bezpośredniej w ramach własnej działalności, nie mają możliwości typowego awansu zawodowego. W przypadku dużego zapotrzebowania na sprzedawany towar można zatrudniać kolejne osoby i samemu stać się osobą nadzorującą pracę zatrudnionych pracowników.

Możliwości podjęcia pracy przez dorosłych

Ostatnia aktualizacja - 09.2009

Nie ma ograniczeń w podejmowaniu pracy przez osoby dorosłe – starsze. Od osoby

zajmującej się sprzedażą bezpośrednią, wymaga się bardzo często posiadania własnej działalności gospodarczej. W sprzedaży bezpośredniej niektórych towarów i usług osoby starsze budzą większe zaufanie potencjalnych klientów. Sprzedaż może też być dodatkowym źródłem zarobku, realizowanym po godzinach pracy.

Możliwości zatrudnienia

Ostatnia aktualizacja - 09.2009

Wśród przedsiębiorstw sprzedaży bezpośredniej działających na polskim rynku znaleźć można zarówno firmy małe, jak i duże z rocznymi obrotami mierzonymi w miliardach złotych. Niektóre duże firmy są międzynarodowymi korporacjami.

Sprzedawcy współpracujący z przedsiębiorstwami sprzedaży bezpośredniej to działający na własny rachunek niezależni przedsiębiorcy, których wynagrodzeniem jest prowizja od sprzedaży lub upust, jaki otrzymują przy zakupie produktów od firm dystrybucyjnych. Sprzedaż bezpośrednia to korzystny i zarazem elastyczny sposób zarabkowania. Choć otwiera wiele możliwości dla osób angażujących się w pełnym wymiarze czasu pracy, stanowi też bardzo dogodny sposób uzyskiwania dodatkowych dochodów. W Polsce 93% sprzedawców traktuje ją, jako zajęcie dodatkowe, co wiąże się z faktem, że niemal 90 % osób pracujących w sprzedaży bezpośredniej to kobiety, które - częściej niż mężczyźni - godzą pracę zarobkową z prowadzeniem domu i opieką nad dziećmi. Kobiety niewątpliwie stanowią siłę napędową całej branży, której głównym atutem jest ruchomy czas pracy.

Znaczenie sprzedaży bezpośredniej wynika nie tylko z osiągniętych przez nią obrotów, ale także z liczby osób, którym daje ona zatrudnienie, tworząc miejsca pracy. W Polsce liczba sprzedawców współpracujących z przedsiębiorstwami sprzedaży bezpośredniej oscyluje pomiędzy 600 a 700 tys. osób.*

Są różne formy zatrudniania agentów ds. sprzedaży:

- etatowi pracownicy firmy, handlowcy zatrudnieni na umowę zlecenie lub właściele firm współpracujący z macierzystym przedsiębiorstwem,
- agenci pracujący w systemie network marketing (kupujący dużą ilość towaru po niższej cenie i sprzedający po wyższej cenie),
- współpraca z agentem producenta (agent może obsługiwać kilka firm, ale zazwyczaj nie są to bezpośredni konkurenci; agent nie ma stałej pensji, lecz prowizję, która jest stosunkowo wysoka; niewątpliwą zaletą takiego rozwiązania jest poszerzenie obszaru zbytu oraz posiadana przez agenta specjalistyczna wiedza o wymaganiach pewnych grup nabywców),
- system rozliczeń między agentami a kierownictwem (może to być prowizja, będąca częścią ceny produktu lub wynagrodzenie z kasy firmy).

Zaletą systemu prowizyjnego jest duża motywacja do pracy, gdyż akwizytor musi przyłożyć się do przygotowania spotkań z klientami, by zawrzeć jak największą liczbę umów kupna - sprzedaży, ponieważ od tego zależy jego zarobek.

Zawody pokrewne

Ostatnia aktualizacja - 09.2009

Organizator obsługi sprzedaży internetowej

Przedstawiciel handlowy (przedstawiciel regionalny)

Telemarketer

Polecana literatura

Ostatnia aktualizacja - 09.2009

Jan Batorski, *„Jak oczarować klienta?”*, Wydawnictwo „Złote Myśli” Warszawa, 2008

Stanisław Danielewicz, *„Sprzedaż bezpośrednia”*, Wydawnictwo "Negatyw" sp. z o.o., Bydgoszcz 2001

Maciej Stalmaszczak, *Poradnik akwizytora handlowego*, Ekorno, Łódź 1991

Ferdinand Fournies, *„Klient robi to, czego oczekujesz. 24 najtrudniejsze problemy w sprzedaży”*, Studio Emka , Listopad 2005

Guy Kawasaki, *„Rewolucyjne pomysły. Zasady marketingu nowych produktów i usług”*, Wydawnictwo One Press, Wrzesień 2006