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 emisje 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 misje, 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