

Demonstrator wyrobów

524201

Inna nazwa zawodu: demonstrator wyrobów instytucji promującej, demonstrator wyrobów instytucji sprzedającej poza siecią sklepową, przedstawiciel handlowy

Zadania i czynności

Głównym celem pracy demonstratora wyrobów jest dotarcie do jak największej grupy klientów z taką informacją o produkcie, aby jego sprzedaż była jak największa. Wykonywanie tego zajęcia wiąże się z demonstrowaniem wyrobów instytucji promującej lub sprzedającej towar poza siecią sklepową.

Każda forma tej pracy wymaga przede wszystkim bardzo szczegółowej wiedzy na temat oferowanego produktu: jego zastosowania, budowy, sposobu obsługi, bezpieczeństwa i kosztów eksploatacji, serwisu naprawczego, ceny. Na terenie sklepu lub marketu organizuje się prezentacje towarów aby zainteresować nabywców jego walorami. Wówczas przy specjalnie zorganizowanym stoisku z wyrobami firmy, demonstrator opowiada o produkcie. Prezentacjom często towarzyszą promocje cenowe. Bywa, że podczas prezentacji oferuje się usługę, która może przekonać klienta o zaletach produktu np.: poczęstunek w przypadku artykułów spożywczych, makijaż w przypadku produktów kosmetycznych.

Demonstratorzy zajmujący się sprzedażą poza siecią sklepową mają bardzo szeroki zakres obowiązków. Obejmuje on zdobycie wszechstronnej wiedzy o produkcie, nabycie umiejętności z reklamowania produktu oraz umiejętności określenia potencjalnych jego nabywców. Doświadczenie i osobowość prowadzącego, jego umiejętność stworzenia przyjaznej atmosfery, wpływają na przebieg prezentacji. Wśród klientów uczestniczących w pokazie, demonstrator pozyskuje osoby, które oprócz tego że zakupią produkt, wyrażą zgodę na jego prezentację u siebie w domu. W przypadku niektórych produktów (np. kosmetyki, preparaty odżywcze i odchudzające) demonstratorzy przyjmują rolę opiekunów klienta. Kontrolują np. przyrost czy ubytek wagi ciała, a także czuwają nad dostarczeniem klientowi kolejnych partii towaru.

Do prezentacji należy się bardzo starannie przygotować. Dotyczy to wyboru miejsca prezentacji, przygotowania produktu, przygotowania materiałów informacyjnych oraz dostosowania sposobu prowadzenia demonstracji do oczekiwań osób zaproszonych. Prezentacje urządzeń i sprzętu gospodarstwa domowego jak garnki, miksery, odkurzacze, filtry wodne, poszerzone są często o wiedzę z zakresu żywienia, higieny zdrowia i środowiska

Oprócz bezpośredniego zadania jakim jest sprzedaż towaru, demonstratorzy mogą wśród nabywców towaru poszukiwać osób, które włączą się do takiej samej pracy i pozyskają w swoich środowiskach kolejnych nabywców. Za każdą osobę wprowadzoną do sieci oraz sprzedany przez nią towar, demonstrator uzyskuje punkty przeliczane na pieniądze.

Osoba wykonująca to zajęcie musi aktualizować swoją wiedzę o produkcie. Pozostaje w stałym kontakcie z firmą, od której dostaje produkty. Ważna jest dbałość o aktualne materiały informacyjne oraz orientowanie się w innych tego samego typu produktach, które oferuje rynek.

Środowisko pracy

materiałne środowisko pracy

Środowisko pracy demonstratora wyrobów może być różne zależnie od specjalizacji. Mogą to być sklepy, domy prywatne albo salony wystawowe firmy macierzystej. Demonstrator może też wykorzystać takie zdarzenia jak festyny, targi, przyjęcia. Jeśli uda się pozyskać pracodawców, prezentacje mogą być też przeprowadzane w zakładach pracy.

warunki społeczne

Demonstrator wyrobów najczęściej pracuje samodzielnie. Cały ciężar przeprowadzenia prezentacji: od jej zorganizowania poprzez przedstawienie produktu, jego zareklamowanie aż do zorganizowania sprzedaży spoczywa, tylko na jednej osobie. Praca odbywa się w różnych środowiskach. Kontakt z ludźmi jest częsty. Mogą to być grupy klientów i klienci indywidualni.

Demonstrator musi stworzyć przyjazną atmosferę, oraz wzbudzić zaufanie zarówno kompetencjami jak i też schludną i atrakcyjną powierzchownością. Sam bowiem może być „żywą reklamą” oferowanych produktów (kosmetyków, zdrowej żywności).

Instytucje promujące wyroby również dbają o wizerunek swoich demonstratorów. Ta praca ma nieco inny charakter. Zespół osób ubranych w firmowe stroje posiada najczęściej kierownika, który decyduje jak będzie przebiegała prezentacja, ustala grafik obecności w określonych sklepach, nadzoruje fachową organizację pracy i obsługi klientów.

warunki organizacyjne

Jeżeli miejscem pracy demonstratora wyrobów są sklepy czy markety, to godziny jego pracy warunkuje czas ich otwarcia. Są to różne godziny w ciągu dnia, aczas pracy reguluje umowa z firmą promującą. Branżowi specjaliści ds. marketingu często wykorzystują różne zdarzenia okolicznościowe jak: okresy świątecznych zakupów, zbliżające się wakacje, Dzień Dziecka. Analizują, gdzie i kiedy powinny odbyć się prezentacje, aby zainteresować klientów towarem poprzez wzmożoną reklamę. Praca demonstratora ma wówczas charakter okresowy i odbywa się w dzień powszedni bądź świąteczny, w różnych porach dnia i różnych godzinach.

Ze względów reklamowych, demonstrator otrzymuje strój firmowy. Wybierając kandydatów do pracy zwraca się uwagę na prezencję kandydata, jego schludny i zadbane wygląd.

W przypadku osoby sprzedającej poza siecią sklepową zarówno czas pracy jak i miejsce pracy ustala demonstrator wraz z klientem.

Kiedy odbywa się prezentacja – w świąteczny czy w poprzedni dzień, jak długo trwa, w jakich godzinach się odbywa, zależy od ustaleń demonstratora.

Poszukując klientów, demonstrator przemieszcza się nie tylko w obrębie swojej miejscowości, ale niekiedy na terenie całego kraju. Firmy posiadające swoją lokalizację

udostępniają obiekt, w którym organizuje się cykliczne prezentacje np. jeden raz w tygodniu lub miesiącu. Wówczas demonstrator umieszcza informację na ten temat w prasie. Spośród rzeszy klientów, którzy przychodzą na takie spotkania, zgłaszają się osoby zainteresowane uzyskaniem bardziej szczegółowych informacji bądź przeprowadzeniem demonstracji w swoim domu. W pracy demonstratora istotne znaczenie ma reprezentacyjny wygląd, gotowość do podjęcia pracy w różnych warunkach oraz dyspozycyjność umożliwiająca dostosowanie się do potrzeb klienta.

Wymagania psychologiczne

Wykonywanie tego zawodu wymaga przede wszystkim umiejętności nawiązywania kontaktów z innymi osobami. Życzliwy i miły stosunek do ludzi, otwartość i pogodne usposobienie są w pierwszym kontakcie z klientem bardzo ważne.

Chcąc zainteresować klienta produktem, demonstrator musi w jakimś stopniu zainteresować go również swoją osobą. Jego wiedza, sposób bycia, a przede wszystkim umiejętność przekazywania informacji, odpowiadania na pytania, słuchania, zdolność przekonywania

i perswazji mają bezpośredni wpływ na zachęcenie klienta do zakupu towaru.

Publiczne występowanie wymaga zaufania i wiary w siebie. Swobodne wypowiadanie się, bez tremy, pomimo iż mogą się zdarzyć negatywne uwagi, jest możliwe gdy demonstrator potrafi panować nad swoimi emocjami.

Duże znaczenie w tym zawodzie mają też uzdolnienia organizacyjne i menedżerskie. Energia działania, optymizm i pomysłowość umożliwiają dotarcie do coraz to innych grup nabywców. Demonstrator musi mieć też takie cechy jak wytrwałość, samodzielność, cierpliwość. Zdarza się, że klient decyduje się na zakup produktu dopiero po kolejnej demonstracji, że zwraca się z prośbą o konsultację już po dokonaniu zakupu.

Wymagania fizyczne i zdrowotne

Pracę demonstratora zalicza się do prac lekkich. Mimo to wskazana jest odporność na wysiłek fizyczny i zmęczenie. Jest to po pierwsze odporność na zmęczenie, kiedy po podróży, gdy trzeba wyjechać w odległe miejsce, odbywa się prezentacja. Wiąże się to również z przenoszeniem prezentowanych urządzeń, często o znacznym ciężarze, czy z kilkugodzinną jazdą samochodem. Prezentacje w sklepach wymagają pozycji stojącej, odbywają się w hałasie lub warunkach niesprzyjających jak np. intensywny zapach. W takim przypadku żylaki, choroby kręgosłupa czy alergie będą przeciwwskazaniem do pracy.

Częsty kontakt z ludźmi wymaga od osoby pracującej w tym zawodzie sprawności narządu wzroku i słuchu, a także prawidłowej wymowy. Osoby sepleniące i jaskające się nie mogą wykonywać tej pracy. Inne wymagania tego zawodu to zrównoważenie psychiczne i emocjonalne.

Osoby niepełnosprawne nie powinny wybierać tego zawodu.

Warunki podjęcia pracy w zawodzie

Praca demonstratora wyrobów nie wymaga konkretnego wykształcenia.

W zawodzie tym cenne są przede wszystkim predyspozycje psychiczne i osobowościowe. Osoba posiadająca umiejętność nawiązywania kontaktu z innymi i posiadająca wiedzę o produktach, z powodzeniem poradzi sobie w pracy.

Nie istnieją w Polsce żadne szkoły uczące prezentacji. Niektóre firmy sprzedające poza siecią sklepową organizują bezpłatne szkolenia, które prowadzą specjaliści psychologowie czy badacze rynku. Opracowywane są skrypty z informacjami o produktach jak i sposobach rozwijania sieci sprzedaży. W niektórych firmach, kandydaci po ukończeniu szkolenia zdają egzaminy.

Do prezentacji niektórych produktów, firmy bardzo chętnie zatrudniają specjalistów, którzy mają wiedzę i doświadczenie w określonych dziedzinach: firma kosmetyczna chętnie zatrudni wizażystkę, firma sprzedająca ciśnieniomierze – pielęgniarkę, firma sprzedająca „zdrowe garnki” – dietetyka, itd. Wówczas wraz z towarem „sprzedawana” jest wiedza, której popularyzowanie znacznie podnosi atrakcyjność prezentacji.

Osoby prezentujące produkty w sklepach, dowiadują się jak to robić najczęściej od szefa marketingu lub najlepszego prezentera.

Możliwości awansu w hierarchii zawodowej

Pewne możliwości awansu w zawodzie demonstratora mają osoby sprzedające produkty poza siecią sklepową. Osiągając dobre wyniki handlowe oraz wprowadzając do sieci nowych pracowników, mogą awansować na menadżera firmy. Prezenterzy pracujący w sklepach mogą awansować na kierowników nadzorujących i organizujących pracę innych.

Jednak w tym zawodzie bezpośrednią formą premiowania efektów pracy

i zaangażowania jest przede wszystkim wynagrodzenie. Oprócz korzyści materialnych,

w niektórych firmach stosuje się inne formy mobilizowania do efektywniejszej pracy. Są to spotkania integracyjne, wyjazdy zagraniczne, szkolenia, bale, atrakcyjne nagrody.

Możliwości podjęcia pracy przez dorosłych

Nie ma ograniczeń w zatrudnianiu osób zajmujących się demonstrowaniem produktów. Ani płeć, ani wiek i wykształcenie nie dyskwalifikują do tej pracy. Firmy rozprawdzające wyroby poza siecią sklepową zatrudniają wszystkich chętnych kandydatów, gdyż im większa ich ilość, tym większe szanse na wzrost zysków.

Natomiast prezenterzy w sklepach to najczęściej osoby młode (uczniowie i studenci) o przyjemnej prezencji.

Możliwości zatrudnienia

Informacje będą sukcesywnie uzupełniane.

Zawody pokrewne

- akwizytor
- sprzedawca w handlu detalicznym
- informator handlowy
- przedstawiciel handlowy

Polecana literatura

Mc Hay, Davis, Fanniry; „Sztuka skutecznego porozumiewania się”; Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne; Gdańsk 2002

Cialdini R.; „Wywieranie wpływu na ludzi”; Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne; Gdańsk 1996

Acland; „Doskonałe umiejętności interpersonalne” DW. REBIS, Poznań 2000