

**Тақырыбы: Жеке сату**

**Мамандығы: «5B051100- Маркетинг»**

**Өткізу нысаны: дәріс**

**Өткізу уақыты: Күнтізбеге сәйкес**

**Алматы, 2020**

## 15-тақырып. Жеке сату

**Мақсаты:** Маркетингтік коммуникация жүйесіндегі жеке сату және оның артықшылықтары мен кемшіліктерін талдау

Дәріс сұрақтары:

1. Жеке сату ұғымы және оның субъектілері
2. Жеке сатудың артықшылықтары мен кемшіліктері
3. Жеке сатудың негізгі кезеңдері
4. Жеке сату стратегиясы
5. Жұмыс сауда персоналы

## Ұсынылатын әдебиеттер:

- Маркетинговые коммуникации. Учебник и практикум для прикладного бакалавриата.: Под общ.ред. О.Н.Жильцовой.- Москва: Юрайт, 2016, 458 с.
- Маркетинговые коммуникации № 2 (106): none.- Москва: Издательский дом "Гребенников", 2019, 163 с.
- Управление маркетингом: Синяевой И.М..- Москва: Вузовский учебник, 2017, 416 с.
- Практический маркетинг: Давлетова М.Т..- Алматы: ИП "Издательство АҚНҰР", 2018, 330 с.
- Маркетинг практикумы.: Есімжанова С.Р. .- Алматы: Экономика, 2016, 216 с.

- **1. Жеке сату ұғымы және оның субъектілері**
- **Жеке сату-бұл сатушы мен сатып алушының жеке байланысы барысында тікелей сатуды жүзеге асыру үшін пайдаланылатын маркетингтік коммуникация құралы. Жеке сату негізгі маркетингтік коммуникацияларға жатады. Оларға мұндай құралдар ретінде жарнама, өткізуді ынталандыру және директ-маркетинг. Дегенмен, жеке сату қалғандарының аясында бөлінеді. Бұл жеке сатулар коммуникацияны бір адамға, ал жарнамамен, өткізуді ынталандырумен және жұртшылықпен байланыстармен сипатталатын массалық емес коммуникацияларды пайдаланады. Жеке сату, сондай-ақ жауап реакциясына итермелеу үшін жеке ақпарат құралдарын пайдаланбайтын тікелей маркетингтен ерекшеленеді.**
- **Жеке сату процесінің қатысушылары сауда өкілі мен сатып алушы болып табылады.**

# Сауда қызметкерлерінің типтік міндеттері:

әлеуетті клиенттерді анықтауды, олардың қажеттіліктерін зерделеуді, сату шарттарын талқылауды және мәміле жасауды қамтитын сату;

қызмет көрсету, сату кейінгі қызмет көрсету, тауарды жылжыту және т. б;

ақпарат жинау үшін фирма қатысты өзгерістер қажеттіліктерін, бәсекелестердің белсенділігін, бейімделу тауарлар.

## ■ Сауда қызметкерінің түрлері

■ *Жеткізу бойынша өкіл*, оның негізгі рөлі тауарды нақты жеткізуден тұрады.

■ *Сату аймағында әрекет ететін сатушы*, ол тапсырыстарды қабылдайды және клиенттің кеңесшісі рөлін атқара алады, әсіресе ірі дүкендерде.

■ Тапсырыстарды алу және тауар жеткізілімдерінің іркіліссіз болуын қамтамасыз ету мақсатында көтерме және бөлшек саудамен кездесетін жүріп-тұру *өкілі*:

■ Сатуды ынталандыру бойынша *өкіл*: ол тікелей сату нүктесінде жарнама мен жарнамалық іс-шараларды ұйымдастырады.

■ Тапсырыстарды қабылдамайтын, тек қана жаңа тауарлар туралы, әсіресе медицинада ақпарат беретін *коммерциялық насихатшы*.

■ *Сату жөніндегі инженер*, техникалық білікті және клиентке оның проблемаларын шешуге көмектесетін кеңесші рөлін атқаруға қабілетті.

■ Автомобиль, электр тұрмыстық аппаратура, энциклопедиялар, сақтандыру полистерін сататын *коммивояжер*, техникалық қабілеттер мен коммуникация стратегиясы шешуші рөл атқарады.

■ Техникалық және қаржылық құзыреттіліктен басқа, келіссөздер жүргізудің талантына ие болуға тиіс күрделі жоба бойынша келісімшарт құрастырушы.

■ **2. Жеке сатудың артықшылықтары мен кемшіліктері**

■ **Жеке сатудың негізгі артықшылықтары:**

■ әрбір клиентке жеке көзқарас табу

■ жағдайға икемділік

■ жылдам кері байланыс

■ мақсатты нарық шеңберінде қатаң іскерлік белсенділік

■ сауда қызметкерлері орындайтын көптеген міндеттер

■ жарнамамен салыстырғанда үлкен тиімділік

- **Жеке сатудың негізгі кемшіліктері**
- жоғары шығындар
- жоғары білікті кадрларды ұстаудың күрделілігі
- сауда өкілдерінің мотивациясының әртүрлі дәрежесі
- аудиторияны аз қамту.

### ■ **3. Жеке сатудың негізгі кезеңдері**

■ Сату процесі-сауда агенті қандай да бір өнімді немесе қызметтерді сату кезінде өтетін кезеңдердің жиынтығы. Бұған сатып алушыны іздеу және бағалау, байланысқа дайындау, байланыс, таныстыру және көрсету, келіспеушіліктерді жою, мәміле жасау және мәмілені сүйемелдеу жатады.



- Әлеуетті сатып алушыларды олардың қаржылық мүмкіндіктеріне, бизнестің көлеміне, ерекше қажеттіліктеріне және сұраныстарына, орналасқан жеріне және өсудің ықтимал перспективаларына сүйене отырып таңдау қажет.
- **Контактіге дайындық.** Әлеуетті тапсырыс берушімен байланыспас бұрын, сауда агенті оның ұйымдастырылуы туралы (ол қажет болған жағдайда, сатып алуды ресімдеуге кім тартылады) және сатып алуды тікелей жүзеге асыратын тұлғалар туралы (олардың жеке қасиеттері мен мәміле жасау стилі) неғұрлым көбірек білуге тиіс. Бұл қадам контактіге дайындық ретінде белгілі. Сауда агенті кеңес алу үшін әртүрлі анықтамаларға, өзінің таныстарына және ақпаратты басқа жолдармен ала алады. Сауда агенті Контакт мақсатын орнату керек.

■ **Контакт.** Байланыс орнату бойынша кезең барысында сауда агенті ең алдымен сатып алушыны қалай қарсы алу және сәлемдесу керектігін білуі және одан әрі жақсы өзара қарым-қатынастардың негізін қалауы тиіс. Сауда агентінің сыртқы келбеті, оның кіріспе сөздері және кейінгі Пікірлер сату процесінің ерте кезеңінде өзара қарым-қатынасты құруға үлкен әсер етеді. Бірінші реплика оң заряд алып келуі тиіс, кіріспе сөздерден кейін клиенттің қажеттілігін анықтайтын бірнеше негізгі сұрақтар қоюға болады немесе сатып алушыны қызықтырып, оның назарын аудару үшін, бірден Ұсынылатын өнім үлгілерінің дисплейінде көрсетуге көшуге болады.

■ **Презентация және демонстрация.** Таныстыру кезеңінде сауда агенті сатып алушыға ұсынылған өнімнің "тарихын" баяндайды және осы өнімнің қалай ақша табатынын немесе үнемдейтіндігін көрсетеді. Сауда агенті ұсынылған өнімнің ерекшеліктеріне сипаттама береді, алайда, клиенттің пайдасына назар аударады.

- Компания презентацияларды өткізу кезінде үш тәсілді қолданады: консервативті тәсіл, тұжырымдау тәсілі және клиенттің мұқтаждығын қанағаттандыру тұрғысынан тәсіл.
- Сауда презентацияларын жарнамалық өнімдерді: буклеттерді, ірі форматты диаграммалар мен графиктерді, слайдтарды, бейнефильмдерді және өнім үлгілерін көрсету арқылы жетілдіруге болады. Егер сатып алушылар жарнамаланатын өнімді қолдарында көрсе немесе ұстаса, онда олар оның ерекшеліктері мен артықшылықтарын жақсы есте сақтайды.
- **Келіспеушіліктерді еңсеру.** Тұсаукесерді өткізу кезінде немесе тұтынушы тарапынан келісім-шарт жасасу кезінде қандай да бір қарсылықтар пайда болады. Келіспеушіліктерді еңсеру үшін сауда агенті оң тәсілді қолдануға, жасырын келіспеушіліктерді іздеуге, оларды қосымша ақпарат алу мүмкіндігі ретінде және сатып алу үшін қосымша себептер ретінде пайдалануға тиіс.

- **Мәміле жасау.** Барлық келіспеушіліктер алынғаннан кейін сауда агенті мәміле жасасуға кірісе алады. Сауда агенттері сатып алушының мәміле жасауға дайындық белгілерін қалай тануды білуі керек. Сатушы сатып алушыға келісім-шартқа дереу қол қою үшін ерекше қосымша себептерді хабарлай алады-өнімді неғұрлым төмен бағамен жеткізу мүмкіндігі немесе оның кейбір санын тапсырыс берілген көлемнен тыс тегін жеткізу.
- **Мәмілені сүйемелдеу.** Сату үдерісіндегі соңғы қадам-мәмілені сүйемелдеу-сауда агенті өзінің тапсырыс берушісін толық көлемде қанағаттандыруға және онымен ұзақ мерзімді ынтымақтастық орнатуға тырысқан кезде қажет. Сауда агенті Тапсырыс жеткізумен, персоналға нұсқау берумен және қызмет көрсетумен байланысты барлығы тиісті түрде жүзеге асырылатынына көз жеткізу қажет тұтынушымен өзінің кейінгі байланыстарының кестесін жасауы тиіс.

## ■ 4. Жеке сату стратегиясы

■ Келесі сату стратегияларын атап көрсетеді: жауапты сату, сауда өкілдеріне сату, миссионерлік, техникалық, жасампаз және консультациялық сату.

■ Жауапты сату. Жауап сату кезінде сауда агенті сатып алу сұранысына жауап береді. Маршрут пен розница бойынша сапар-бұл жауапты сатудың екі түрі.

■ Сауда өкілдеріне сату. Жауап сатулардағыдай, сауда агенті көбінесе тапсырыстарды қабылдаушы ретінде әрекет етеді, бірақ оның сауда міндеттері көбінесе сервисті қамтиды. Делдалдарға сату дилерлерге қоңырау шалу, тапсырыстарды қабылдау, жеткізуді жүзеге асыру, жарнамалық экспозицияларды орнату және қорларды бақылау.

■ Миссионерлік сату. Миссионерлік типтегі сауда агенті әдетте тапсырыстарды жинайды. Оның басты міндеті-жаңа тауар туралы ақпаратты кең сатылымда пайда болғанға дейін тарату.

- **Техникалық сату.** Бұл жағдайда сауда агенттері бастапқы сараптама және осы саладағы өз тәжірибесі негізінде клиенттердің техникалық проблемаларын шешуге қабілетті тауарларды, жабдықтар мен қызметтерді ұсынады.
- **Жасампаздық сату.** Сатудың бұл түрі, әдетте, жаңа тауарларға немесе жаңа нарыққа шығарылатын қолда бар тауарларға жатады. Сауда агенті әлеуетті клиенттерді олардың елеулі проблема немесе қанағаттанарлықсыз қажеттілік бар және сауда агенті ұсынған тауар осы жағдайда ең жақсы шешім болып табылады деп сендіру керек. Сауда агенті "Тапсырыс таратушы" ретінде әрекет етеді, ол тауарларға сұранысты жасайды және ынталандырады.

Консультациялық сату. Бұл сату түрі Маркетинг қарым-қатынастар нысандарының бірі болып табылады. Сауда агенті алдымен клиенттермен кездеседі және оларды ынтымақтастықтың ықтимал бағыттары туралы хабардар етеді, өзара қарым-қатынастардың негізін құрайды. Бұдан әрі жетекші мәселелердің көмегімен клиенттердің қажеттіліктерін нақтылайды. Тек осыдан кейін ғана сауда агенті клиенттің қажеттілігіне бейімделген презентациямен сүйемелденетін өз шешімін ұсынады. Ұсынылған шешімді кейіннен талқылау барысында келісілген тәсіл жасалады, содан кейін тапсырыс ресімделеді. Мәміле жасалғаннан кейін сауда агенті сатылымның өзін нығайту, клиенттердің қанағаттануына кепілдік беру және жақсы қарым-қатынасты қолдау үшін сатудан кейінгі қолдау көрсетеді.

## ■ 5. Сату қызметкерлерің жұмысы

- Маңызды рөлді сатушы сатып алушымен бірінші кездескенде жасайды деген әсер ойнайды.
- Клиенттермен алғашқы байланыс кезінде сатушылардың мінез-құлқы. Сатушының мінез-құлқының бірінші қағидасы - болашақ сатып алушыларға олардың эмоциялары мен сіздің өніміңізді сатып алу ниеті алғашқы қорқыныштың үстемдігін жеңіп алу үшін жұмсақтықпен қарау. Сатып алушы жайбарақат, жайбарақат болуы керек.
- Болашақ сатып алушымен алғашқы кездесуде сіздің мақсатыңыз - оның қорқынышын жою және оған демалуға мүмкіндік беру. Бірінші байланыс кезінде қорқыныш емес, сенімділік сезімін қалыптастыру керек.



# Болашақ сатып алушыны қалай дұрыс қарсы алуға қатысты қадамдар

1. Күлуге дайын болғандай күліңіз.

2. Тікелей көзге қараңыз.

3. Сәлемдесу сөздерін дұрыс айту.

4. Қол ұстасу.

Клиенттермен кездесу кезіндегі екі негізгі жағдай

■ **Ұсыныс бойынша жиналыс.** Сіз жұппен бірінші рет танысып жатырсыз делік және олардың есімдері сізге белгісіз. Сіз кездесуді тағайындадыңыз және сіздің кеңсеңізге қалай кіретінін көресіз. Сіз олармен кездесуге барасыз, ал қолыңызды созу үшін қолыңызды созбаңыз, өйткені адамдар бейтаныс адамдармен сөйлескен кезде оны ұнатпайды. Сіз олармен танысқаныңызға қуанышты болғаныңыз үшін жылы жымиясыз.

■ Өзіңізді таныстыруыңыз керек, өйткені олар сізді бұрын-соңды көрмеген.

■ Егер сіз клиенттің қолын созу үшін қимылын байқасаңыз, сіз оны қатты сілкіп, қолыңызды шешіп, оны түсіріңіз, содан кейін әйеліне сәл бұрыласыз.

■ Егер сіз ер адамға қол тигізсеңіз, ерлі-зайыптылардан да дәл осындай қимыл күтуге болады. Сіз оның қолдарының қимылын күтіп, оның көздеріне қарадыңыз. Егер бұл орындалмаса, онда сіздің бұрылуыңыз (қол төмен түсірілген) ақырын садаққа немесе бастың сәл қисайған жеріне өтеді.

- **Ұсыныссыз жиналыс.** Ерлі-зайыпты сіздің кеңсеңізге немесе көрме залына кіреді. Сіз олардың қалай аталатынын білмейсіз. Қазіргі уақытта сіздің тікелей міндетіңіз - оларға өз атыңызды беру.
- Оларға жақындаған кезде, өзіңізге қоңырау шалып, олардың кеңістігіне кірмеу үшін бірнеше қадамды тоқтатыңыз.
- Ұсынылған сәлемдесулердің бірін айтқан кезде, шетке қойыңыз.
- Егер сіз сәлемдесуден кейін клиентті тастап кетсеңіз және клиенттер сіздің өніміңізге шынымен қызығушылық танытса және оны сатып ала алса, онда олар осы өнімге жүгінеді. Сатушыдан талап етілетін нәрсе - олардың сөйлесіп, шешім қабылдауы.
- Бірінші келісім сұрағын қойыңыз.
- Әлеуетті сатып алушылар не үшін сізге сатылатын заттар керек екенін айтқаннан кейін, сіз мәміле жасауға бағытталған қысқаша ескертулерді бағалауға кірісуге болатындығын білесіз.

## Бақылау сұрақтары:

- 1. Жеке сату түсінігі және оның субъектілері
- 2. Жеке сатудың артықшылықтары мен кемшіліктері
- 3. Жеке сатудың негізгі кезеңдері
- 4. Жеке сату стратегиялары
- 5. Сату қызметкерлері

Көңіл бөліп тыңдағандарыңызға

рахмет!!!