

Az áru bemutatása

Az áru bemutatásával befolyásolhatjuk a vevőt a választásában, ezért fontos részét képezi az eladás folyamatának.

Két formája:

- *személyes*
- *személytelen*

A személyes árubemutatás az eladó segítségével történik, ezért elengedhetetlen az áruk szakszerű ismerete. Személyes bemutatáskor lehetőség van több termék bemutatására és a vevő meggyőzésre is.

Alapelvek:

- csak kifogástalan árut mutassunk be
- az adott termék teljes választékát mutassuk be
- a vásárló próbálhassa ki a terméket
- az árut a vevő igényeinek megfelelően mutassuk be
- az árakat mindig közöljük
- ugyanolyan bánásmód minden vevőnek
- a nézelődőkkel vagy nem vásárlókkal is legyünk udvariasak

Az árubemutatás ***akkor jó***, ha a vevő megismerheti az áru használat szempontjából lényeges tulajdonságait.

↳ ***A lényeges tulajdonságokat*** mutassuk be szakszerűen, tárgyilagosan.

↳ Ne legyünk erőszakosak, ne akarjunk rátukmálni a vevőre semmit.

Túl sok áru bemutatása elbizonytalaníthatja a vevőt. ➔ Nem tud választani.

A vevőket érkezésük sorrendjében kell kiszolgálni.

A nem előrecsomagolt árukat a vevő előtt kell lemérni.

A kiszolgálás végeztével illik megkérdezni:

- Adhatok még valamit?
- Ajánlhatom új termékünket?
- Stb.



Végezetül a vásárlást meg kell ***köszönni***.

A személytelen árubemutatás azt jelenti, hogy az áru önmagát adja el. Ezért fontos az áru csomagolása, kinézete és kihelyezése.

↳ Vevő végigvezetése az eladótérben. ➔ Meghatározott útvonalon.

Impulzív vásárlás esetén eredetileg nem állt a vevő szándékában vásárlás. A vevő az árurol szerzett kedvező benyomások, impulzusok alapján hirtelen kap kedvet a termék megvásárlásához.