

UNIVERSITATEA "VASILE ALECSANDRI" DIN BACĂU

FACULTATEA DE ȘTIINȚE ECONOMICE

DEPARTAMENT ID-IFR

Programul de studii MARKETING ID

TEHNICI DE VÂNZARE

- NOTE DE CURS -

OLARIU IOANA

- 2015 -

CUPRINS

Modulul I: GESTIUNEA FORȚELOR DE VÂNZARE

Capitolul I: Elemente conceptuale privind forțele de vânzare.....	5
I.1. Definiții	
I.2. Locul forțelor de vânzare în structura unei firme	
I.3. Obiectivele forței de vânzare	
I.4. Strategia forței de vânzare	
I.5. Structura forței de vânzare	
I.6. Mărimea forței de vânzare	
Capitolul II: Caracteristicile forțelor de vânzare.....	15
II.1. Atributele forței de vânzare	
II.2. Statutul agenților de vânzări	
II.3. Cunoștințele necesare forței de vânzare	
II.4. Tipuri de vânzători ineficienți	

Modulul II: PRINCIPIILE VÂNZĂRILOR

Capitolul III: Principiile fundamentale ale vânzării.....	38
III.1. Empatia	
III.2. Dialogul	
III.3. Climatul de încredere	
Capitolul IV: Activitatea de vânzare și rolul ei strategic.....	43
IV.1. Strategie și vânzare	
IV.2. Vânzarea personală și mixul de comunicare	
Capitolul V: Tipurile de vânzări.....	48
V.1. Diferențe fundamentale între tipurile de situații în care au loc vânzări	
V.2. Dezvoltarea de relații noi și vânzările de întreținere	
V.3. Clasificarea tipurilor de vânzări după Derek Newton	
V.4. Clasificarea tipurilor de vânzări după McMurry și Arnold	

V.5. O clasificare modernă a tipurilor de vânzări

Modulul III: PROCESUL DE VÂNZARE

Capitolul VI: Teorii despre vânzare și cumpărare.....	65
VI.1. Componentele comportamentului cumpărătorilor	
VI.2. Teorii despre vânzare	
VI.3. Tehnicile de vânzare	
Capitolul VII: Etapele procesului de vânzare.....	84
VII.1. Prospectarea și preselecția potențialilor clienți	
VII.2. Pregătirea abordării	
VII.3. Abordarea	
VII.4. Prezentarea și demonstrația	
VII.5. Obiecțiile	
VII.6. Încheierea	
VII.7. Revenirea post-vânzare	
Bibliografie.....	103