

## *TEHNICI DE VÎNZĂRI*

## TEHNICI DE VÂNZĂRI: ALGORITMUL VÂNZĂRILOR

- stabilește contactul
- identifică nevoile
- prezintă produsul și compania
- rezolvă obiecțiile
- negociază prețul și încheie tranzacția

## SMALL TALK

- **Despre vreme** – un subiect universal pentru discuție. În același timp, este adecvat să folosești tema dacă se întâmplă ceva interesant și neobișnuit. În celelalte cazuri, mai bine să cauți un subiect mai original.
- **Umor** – poți folosi glume, cu condiția ca acestea să nu jignească pe nimeni.
- **Compliment** – există tehnici întregi pentru a face complimente eficiente. Studiază-le și aplică-le.
- **Odihnă și călătorie** – ia în considerare capacitățile financiare ale clientului (evaluează situația lui financiară) și vorbește cu acesta la același nivel. Diferite clase sociale vor împiedica stabilirea unui contact pozitiv bazat pe tema vacanțelor, călătoriilor, divertismentului.
- **Hobby** – practica multor companii este de a colecta informații despre potențialii clienți și de a include informații despre hobby-urile lor în baza de date. În continuare, aceste date sunt folosite anume pentru Small Talk.
- **O ofertă de relaxare**, invitația la un ceai sau la o cafea și o discuție despre preferințele clientului.

SMALL TALK:  
SUBIECTE  
INTERZISE

- politică;
- religie;
- viața personală;
- bârfe despre alți oameni;
- subiecte negative – despre creșterea prețurilor, pierderi, boli etc.

## CRM – CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT



- *Customer Relationship Management* înseamnă o aplicație software de afaceri cu ajutorul căreia crești vânzările, câștigi mai mulți clienți, îmbunătățești campaniile, răspunzi rapid solicitărilor clienților și crești productivitatea consultanților de vânzări. CRM unește într-o singură aplicație software, activitățile de vânzări, marketing și client service.

# PROCESUL DE CUMPĂRARE ÎN MEDIUL DIGITAL



# GROWTH HACKING MARKETING

- Acest concept de marketing a stat la baza succesului obținut de unele dintre cele mai cunoscute companii, precum: Facebook, LinkedIn, AirBnb, Dropbox si altele.
- Ce este diferit în conceptul de growth hacking? In loc să investești sume enorme de bani în idei și campanii de marketing învechite care nu pot fi măsurate, growth hacking-ul îți propune o abordare modernă și creativă, care se bazeaza pe măsurarea rezultatelor și testare.
- Mai exact, este important să te asiguri că ceea ce oferi sau vrei să oferi este exact ceea ce oamenii au nevoie (product-market fit) și apoi să te folosești de creativitate pentru a găsi metodele cele mai eficiente de a atrage atenția potențialilor clienți și de a-i convinge să cumpere.

# PRINCIPIILE GROWTH HACKING MARKETING

- Principiul 1: Product-market fit (potrivirea produs-piață);
- Principiul 2: Definirea obiectivelor acționabile
- Principiul 3: Creștere măsurabilă (de exemplu, instalarea sistemelor de măsurare a comportamentului vizitatorilor pe site);
- Principiul 4: Prioritizarea ideilor;
- Principiul 5: Testare, analiză, optimizare;
- Principiul 6: Concentrare pe client;
- Principiul 7: Automatizare;
- Principiul 8: Evidența resurselor;
- Principiul 9: Învăță din succese și din eșecuri;
- Principiul 10: Repetă (procesul de creștere este ciclic).



## ON-LINE VERSUS OFF-LINE

- În ciuda faptului că publicitatea online s-a dezvoltat într-un ritm rapid în ultimii ani și este din ce în ce mai des utilizată de către companii, nu trebuie să neglijăm modalitățile clasice de promovare a afacerilor.
- O promovare eficientă rezultă în general dintr-un mix între metodele de promovare online și offline. Promovarea offline se adresează atât persoanelor care petrec un timp îndelungat în mediul online, cât și potențialilor clienți care preferă metodele clasice, non-digitale.

# AVANTAJELE MARKETINGULUI ON-LINE

- Ușurința de gestionare și furnizare a informațiilor (24/7)
- Posibilitate de promovare local / regional / global
- Costurile optime versus alte modele de promovare
- Automatizarea
- Mai multe posibilități de a obține feed-back de la clienți

## DEZAVANTAJELE MARKETINGULUI ON-LINE

- Există clienți care nu au acces la Internet
- Dependența de internet a vânzătorului și a clientului
- Poate fi ignorat
- Imposibilitatea testării produsului înainte de a-l procura
- Neîncrederea generată de escrocherii electronice

# REGLEMENTAREA COMERȚULUI ELECTRONIC

- Comerțul electronic în Republica Moldova este reglementat de Legea nr. 284 din 22.07.2004 (cu modificările ulterioare).
- În sensul legii, **comerțul electronic** este activitatea de întreprinzător a persoanelor fizice și juridice de vânzare a bunurilor, executare a lucrărilor sau prestare a serviciilor, efectuată cu utilizarea comunicărilor electronice și/sau a contractelor electronice.
- Legea stabilește:
  - principiile comerțului electronic;
  - subiecții și obiectele comerțului electronic;
  - răspunderea furnizorilor de servicii;
  - regimul juridic al comunicărilor electronice;
  - regimul juridic al contractului încheiat prin mijloace electronice;
  - supravegherea și controlul serviciilor societății informaționale.
- Activității comerțului electronic i se aplică toate actele normative ce reglementează activitatea economică, și anume: modul de înregistrare a întreprinderii, ținerea contabilității, achitarea impozitelor, protecția muncii etc.

# REGLEMENTAREA COMERȚULUI ELECTRONIC

- La deschiderea unui magazin online, trebuie să notificați autoritățile locale despre începerea activității de comerț. Notificarea poate fi depusă online.
- Există o taxă anuală pentru activitatea comercială a magazinelor online.
- Pe site-ul magazinului online trebuie să fie prezente în mod obligatoriu următoarele elemente:
  - Acordul de utilizare. Este echivalentul unui contract. Utilizatorul trebuie să îl accepte înainte de plasarea comenzii, iar vânzătorul trebuie să îl confirme înainte de procesarea cererii sau a comenzii. Se poate confirma prin e-mail, SMS sau direct pe site la confirmarea comenzii.
  - Condițiile de returnare sau de încetare a acordului de utilizare.
  - Politica de confidențialitate și modul de prelucrare a datelor cu caracter personal.
  - Condițiile descrise în mod clar pentru plasarea unei comenzi, livrare și plată.
  - La ultima etapă de plasare a unei comenzi butonul de confirmare trebui să includă o formulare clară despre necesitatea efectuării plății - „Comandă cu obligație de plată”, „Cumpără acum”, „Confirmă achiziția”.

**PILONII DE  
MARKETING ÎN  
SUSȚINEREA  
AFACERII**

- Cum faci potențialii clienți să audă de afacerea ta?  
(NOTORIETATE)
- Cum atragi atenția acestora spre afacerea ta?  
(ATRAGERE)
- Cum oferi clienților momentul de „AHA!”?  
(ACTIVARE)
- Cum transformi potențialii clienți în actualii clienți?  
(CONVERSIE)
- Cum faci clienții să cumpere din nou de la tine?  
(RETENȚIE)
- Cum faci clienții să-ți genereze alți clienți?  
(RECOMANDARI)



## ABILITAȚI NECESARE ÎN VÂNZĂRI

### ABILITAȚI DE VÂNZARE:

ABILITAȚI DE COMUNICARE, CUM AR FI NEGOCIEREA SAU POVESTIREA FOLOSITĂ PENTRU A FACILITA O TRANZACȚIE DE AFACERI, PUBLIC SPEAKING.

### EXCEL SAU SOFTURI SPECIALIZATE:

PROGRAM DE CALCUL UTILIZAT PENTRU CALCULE, GRAFICE ȘI ANALIZE STATISTICE.

### LEADERSHIP:

OFERIREA DE ÎNDRUMARE ÎN CADRUL UNEI ORGANIZAȚII.

### DEZVOLTARE WEB:

PENTRU A CONSTRUI UN SITE WEB SAU O APLICAȚIE.



## ABILITAȚI NECESARE ÎN MARKETING

### MARKETING DIGITAL:

PRODUSE SAU SERVICII DE PUBLICITATE ON LINE (SEO, COPYWRITING, SOCIAL MEDIA).

### LIMBAJUL DE PROGRAMARE (PYTHON):

UTILIZAT ÎN DEZVOLTAREA DE SOFTWARE, ÎN GESTIONAREA INFRASTRUCTURII ȘI ANALIZA DATELOR.

### GOOGLE ADS

PLATFORMA DE PUBLICITATE ON-LINE DEZVOLTATĂ DE GOOGLE



MULȚUMESC  
PENTRU ATENȚIE!