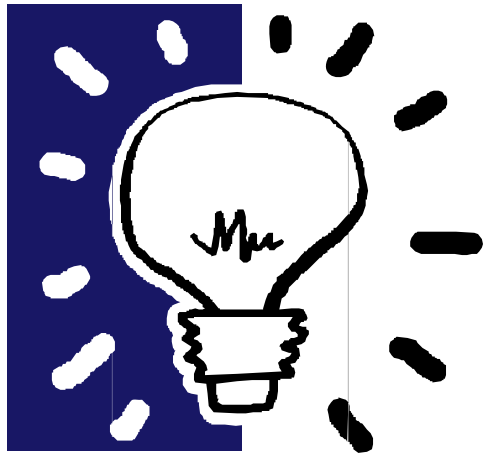
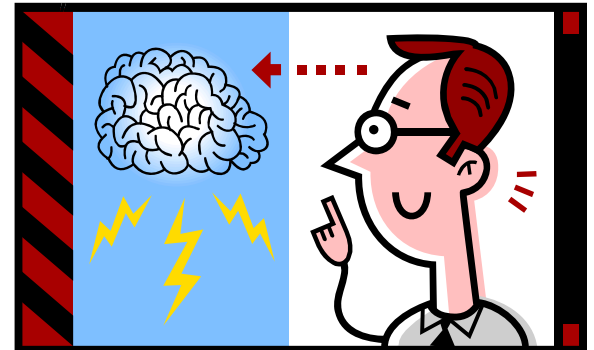


CONCEPT



Marketing & vânzări

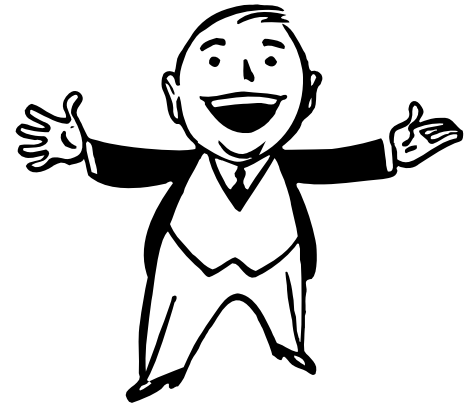
knowledge,
dissemination &
embodiment



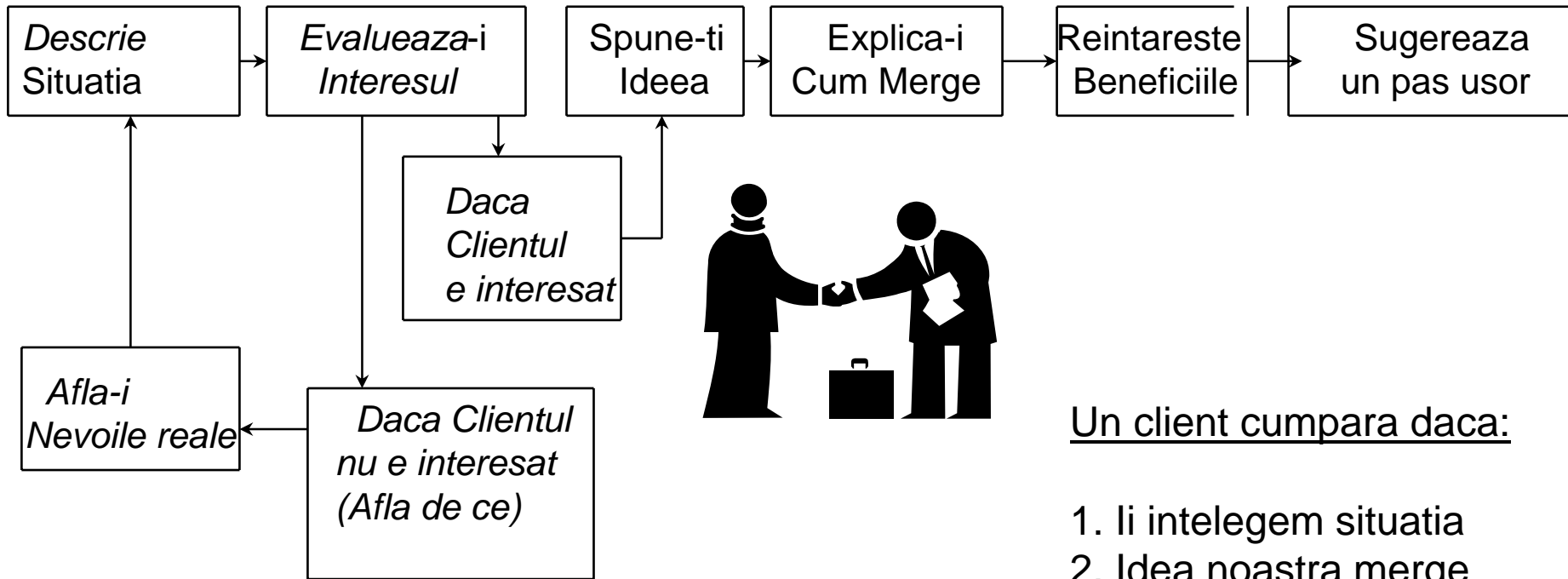
Formatul persuasiv de vânzare

Formatul persuasiv de vanzare

1. DESCRIEREA SITUATIEI
 - Conditii curente
 - Nevoile clientului
 - Limitari
 - Oportunitati pentru beneficiu
2. IDEEA
3. ARATA CUM FUNCTIONEAZA
4. INTARESTE BENEFICIILE
5. INCHIDERE (ACTIUNE)

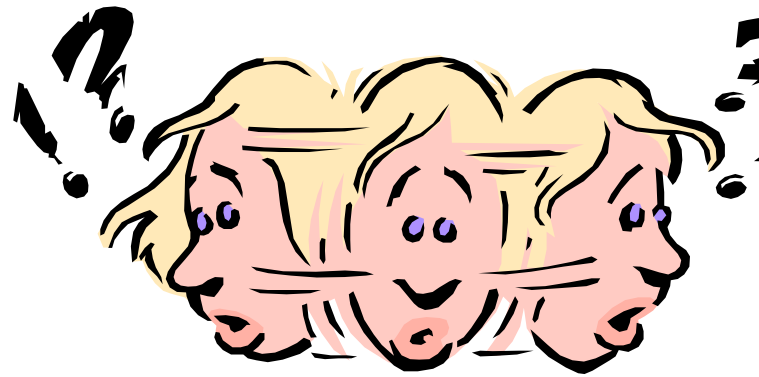


Formatul de vanzare persuasiv (FVP)



Un client cumpara daca:

1. li intelegem situatia
2. Idea noastra merge
3. Clientul ne intelege ideea
4. li e usor sa cada de acord



Ce inseamna O.T.S.M.?

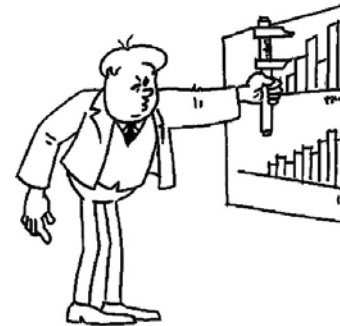
Procesul de planificare

1. **Diagnoza** ('Unde suntem?')
2. **Prognoza** ('Unde ne ducem, daca nu se fac modificari?')
3. **Obiective** ('Incotro trebuie sa ne îndreptam?')
4. **Tactici** ('Ce actiuni trebuie facute, de catre cine, si când?')
5. **Control** ('Ce masuratori trebuie luate pentru a sti unde ne ducem?')



Ce inseamna OTSM

- **O – Obiective** – Exprimarea in cuvinte a ceea ce vrem sa facem / unde vrem sa ajungem
 - Raspund la intrebarea CE?
- **T – Teluri** – Exprimarea in numere a Obiectivelor
 - Raspund la intrebarea CE? Si Cat?
- **S – Strategii** – Exprimarea in cuvinte a cailor prin care atingem obiectivele
 - Raspund la intrebarea CUM?
- **M – Masuri** - Detalierea in cuvinte si numere actiunile care trebuie facute pentru ca sa realizam strategiile
 - Raspund la intrebarile CUM? Cat? Cine? Pana cand?



Setarea Obiectivelor

- Obiectivele trebuie sa fie: Specifice, Masurabile, de Atins, si Compatibile (SMAC)

Exemplu: (gresit) 'Trebuie sa maresti vânzarea', (corect) ' Trebuie sa maresti vânzarea cu \$20,000 / luna, pâna la sfarsitul anului'

- Obiectivele trebuie sa mentioneze în clar si cine e responsabil pentru atingerea acestora
- Obiectivele trebuie sa fie provocatoare, dar fezabile
- Obiectivele prea ridicate demoralizeaza
- Obiectivele trebuie sa fie prioritizate, din când în când
 - Unele sunt mai importante decât altele

Exemplu:

O.T.S.M.A. ATIF Farmaceutice KANO - 2003

OBIECTIVE	TELURI	STRATEGII	MASURATORI
<p>A fi între primii 10% din retailisti farmaceutici din Kano prin</p> <ul style="list-style-type: none"> - Marirea volumului de vânzari - Marirea Eficientei 	<p><u>1. Cifra de afaceri</u> Curenta: \$145.000/luna Obiectiv: \$400.000/luna Index: 275</p>	<p>1. Marirea volumului de vanzari si a imaginii de magazin prin</p> <ul style="list-style-type: none"> - deschiderea de noi magazine - extinderea initiativelor de activitati pentru consumatorii-tinta - marirea valorii cumparaturilor clientilor per vizita - un mai bun merchandising de magazin 	<ul style="list-style-type: none"> - Deschiderea a 5 noi magazine in 2003 - Reclama pentru articolele de top din categoriile destinatie (7/2003) - Tinerea a o promotie majora intra-magazin pe luna in Iulie-Dec. 2003 - Crearea de standuri speciale pentru marcile promovate incepand cu 6/2003 - Identificarea categoriilor in magazin 6/2003 - Merchandising in magazin per categorie 6/2003
	<p><u>2. Marja Profit Net</u> Curenta: 6% Obiectiv: 7,5% Index: 125</p> <p><u>3. Costuri Operationale</u> Curenta: 14% Obiectiv: 13% Index: 93</p>	<p>2. Obtinerea rezultatelor de afaceri la cel mai scazut cost posibil, conducând la profit mai mare prin:</p> <ul style="list-style-type: none"> - scaderea costurilor de achizitie - scaderea costurilor administrative - reducerea stocurilor - îmbunatatirea cash-flow-lui (fluxului de bani) 	<ul style="list-style-type: none"> - Comandare pentru a maximiza conditiile comerciale al furnizorilor – din 5/2003 - Costuri de transport de 1% din vanzari (de la 1,5% acum) – pana la 3/2003 - Produsele deteriorate si învechite – la maximum 0,2% din vanzari (de la 0,7% acum) pana la 3/2003 - Costuri operationale totale de 13% din vanzari pana la 3/2003 - Programul de reprovizionare continua – în lucru pana la 7/2003 - Stabilirea limitelor de stoc pentru fiecare marca (stoc maxim/marca <3sapt.) – pana la 3/2003
		<p>3. Cladirea eficientei personalului in procese moderne de retail prin instruire.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Instruire personal in management eficient al raftului – pana la 5/2003 - Instruire personal în serviciu clienti – 5/2003 - Instruire personal în procedurile de manipularea plangerilor – in 6/2003 - Introducere evaluare formala personal – 7/2003 <p>Masurarea lunara a progresului.</p>