

**Anca Francisca CRUCERU**

# **Strategii de vânzare**

Colecția  
Marketing

**Editura ASE  
București  
2017**



**Colegiul științific:**

**Prof. univ. dr. Laurențiu Dan Anghel**

**Prof. univ. dr. Carmen Bălan**

**Prof. univ. dr. Iuliana Cetină**

**Prof. univ. dr. Ionel Dumitru**

**Prof. univ. dr. Cristina Eva Petrescu**

**Prof. univ. dr. Ioana Cecilia Popescu**

**Prof. univ. dr. Aurelia Felicia Stăncioiu**

**Prof. univ. dr. Daniel Șerbănică**

**Prof. univ. dr. Călin Petrică Vegheș**

**Prof. univ. dr. Diana Maria Vrânceanu**

**Prof. univ. dr. Răzvan Zaharia**

# **Strategii de vânzare**



**ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI**

**Copyright © 2017, Editura ASE**

Toate drepturile asupra acestei ediții sunt rezervate editurii.

**Editura ASE**

Piața Romană nr. 6, sector 1, București, România

cod 010374

www.ase.ro

editura@net.ase.ro

Referenți

Prof. univ. dr. Ionel Dumitru

Prof. univ. dr. Răzvan Zaharia

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României**

**CRUCERU, ANCA FRANCISCA**

**Strategii de vânzare** / Anca Francisca Cruceru. - București : Editura ASE, 2017

Conține bibliografie

ISBN 978-606-34-0190-9

339

**Editura ASE**

**Redactor:** Silvia Răcaru

**Tehnoredactor:** Mioara Gamulea

**Coperta:** Violeta Rogoian

Autorul își asumă întreaga responsabilitate pentru ideile exprimate, pentru originalitatea materialului și pentru sursele bibliografice menționate.

*Un strop de iubire, fiicei mele, Sarra*

# CUPRINS

<b>Introducere</b> .....	9
<b>Capitolul 1. Activitatea de vânzare și forța de vânzare a companiei</b> .....	11
1.1 Activitatea de vânzare .....	11
1.2 Abilități necesare în activitatea de vânzare .....	14
1.3 Meseria de agent de vânzări .....	17
1.4 Forța de vânzare – concept și obiective specifice.....	19
1.5 Poziția forței de vânzare în raport cu activitatea de marketing .....	21
1.6 Reguli de bază în vânzări .....	22
Studiu de caz 1. Testarea abilităților în vânzări .....	24
Studiu de caz 2. Portret de abilități necesare în vânzări.....	26
Studiu de caz 3. Fișa de evaluare a competențelor în vânzări.....	26
Studiu de caz 4. Testarea capacității de ascultare a clientului .....	27
Studiu de caz 5. Testarea capacității de câștigare a clientului .....	28
Studiu de caz 6. Testarea capacității de evitare a eșecului în vânzări .....	28
Studiu de caz 7. Atitudinea pozitivă în vânzări.....	29
<b>Capitolul 2. Marketing și vânzări</b> .....	30
2.1 Aplicarea noțiunilor de marketing în vânzări .....	30
2.2 Tipuri de vânzări și tipologia vânzărilor .....	33
2.3 Construirea relației cu clienții .....	35
2.4 Etica în vânzări .....	40
Studiu de caz 1. Elemente de marketing și comunicare necesare în activitatea de vânzări .....	46
Studiu de caz 2. Model de program de comunicare utilizat în vânzări .....	50
Studiu de caz 3. Comportamentul etic în vânzări .....	52
<b>Capitolul 3. Organizarea activității forței de vânzare</b> .....	54
3.1 Echipa de vânzări .....	54
3.2 Criterii de performanță ale echipei de vânzări .....	57
3.3 Criterii de organizare a activității forței de vânzare.....	57
Studiu de caz 1. Organizarea activității forței de vânzare în cadrul unei firme .....	67
Studiu de caz 2. Evaluarea echipei de vânzări City Residence .....	68
Studiu de caz 3. Elaborarea unui plan de segmentare a clienților.....	71
<b>Capitolul 4. Recrutarea, selectarea și formarea forței de vânzare</b> .....	73
4.1 Planificarea activităților forței de vânzare .....	73
4.2 Procesul de recrutare și selectare a forței de vânzare.....	75
4.3 Procesul de angajare a membrilor forței de vânzare în departamentul de vânzări .....	79

4.4	Procesul de formare a forței de vânzare.....	86
	Studiu de caz 1. Evaluarea eficienței unui proiect de recrutare, selectare și angajare a reprezentanților de vânzări .....	92
	Studiu de caz 2. Program de pregătire a forței de vânzare a unei companii .....	94
	<b>Capitolul 5. Motivarea și evaluarea performanțelor forței de vânzare .....</b>	<b>98</b>
5.1	Motivarea forței de vânzare .....	98
5.2	Componentele sistemului de remunerare a forței de vânzare .....	100
5.3	Stimularea forței de vânzare .....	102
5.4	Aspecte privind evaluarea performanțelor agenților de vânzări .....	105
5.5	Aspecte privind controlul activității agenților de vânzări .....	108
	Studiu de caz 1. Program de motivare a angajaților din departamentul de vânzări .....	114
	Studiu de caz 2. Evaluarea activității forței de vânzare .....	118
	<b>Capitolul 6. Procesul de vânzare și metode de abordare a clientului.....</b>	<b>120</b>
6.1	Procesul de vânzare construit prin intermediul comunicării.....	120
6.2	Metode de abordare a clientului în cadrul vânzării.....	124
6.3	Tipuri de întrebări utilizate în procesul de vânzare.....	132
6.4	Metode de tratare a obiecțiilor clientului .....	136
	Studiu de caz 1. Organigrama unui proces de vânzare .....	141
	Studiu de caz 2. Abordarea clientului prin metoda de vânzare memorizată .....	142
	Studiu de caz 3. Abordarea clientului prin metoda de vânzare tip formulă.....	142
	Studiu de caz 4. Abordarea clientului prin metoda de vânzare tip nevoie-satisfacere. ....	143
	Studiu de caz 5. Abordarea clientului prin metoda de vânzare tip problemă l soluție .....	144
	Studiu de caz 6 Tipuri de obiecții și metode de tratare a obiecțiilor .....	144
	<b>Capitolul 7. Metode de vânzare bazate pe negociere în procesul de vânzare</b>	<b>145</b>
7.1	Modelul de vânzare IBM .....	145
7.2	Modelul de vânzare bazat pe 10 etape ale procesului de vânzare.....	151
7.3	Modelul de vânzare Câștig-Câștig .....	157
7.4	Modelul de vânzare bazat pe matricea Planificării .....	160
	Studiu de caz 1. Analiza unui proces de vânzare pentru o mașină automată de spălat rufe. ....	164
	Studiu de caz 2. Desfășurarea unui proces de vânzare – Joc de roluri.....	166
	Studiu de caz 3. Fișa clientului/Fișa vizitei.....	167
	Studiu de caz 4. Abordarea modelului de vânzare bazat pe 10 etape ale procesului de vânzare.....	169
	Studiu de caz 5. Analiza unui model de vânzare bazat pe matricea Planificării... ..	169
	<b>Bibliografie .....</b>	<b>171</b>