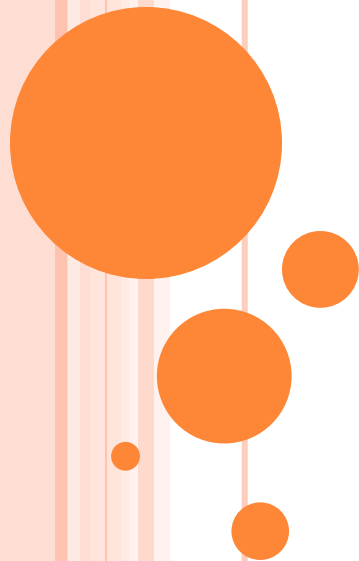


**SUKCES SPRZEDAŻY  
W SKLEPIE  
STACJONARNYM**

**Robert Strzelecki  
PLAYROOM**



# SUKCES

„Sukces to działanie na najwyższym poziomie swoich możliwości, w kierunku własnych, w pełni uświadamianych celów, z zachowaniem kodeksu moralnego oraz równowagi pomiędzy wszystkimi obszarami życia.”



Iwona Majewska -  
prekursorka i jedna z  
najciekawszych postaci  
ruchu rozwoju potencjału  
człowieka w Polsce



# SKLEP DETALICZNY STACJONARNY W PREHISTORII (PRZED 1969)

- najważniejsza forma handlu
- rozwijana długo, często z pokolenia na pokolenie
- główne źródło pozyskania dóbr
- działanie geograficznie lokalne
- sklepy specjalistyczne

Źródło: [http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,13658027,10\\_tys\\_e\\_sklepow\\_rynek\\_rosnacy\\_ponad\\_20\\_procent\\_rocznie.html#ixzz2iR0nGdqM](http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,13658027,10_tys_e_sklepow_rynek_rosnacy_ponad_20_procent_rocznie.html#ixzz2iR0nGdqM)



# SKLEP DETALICZNY STACJONARNY W CZASACH NOWOŻYTNYCH (PO INTERNECIE)

- spadek liczby małych sklepów
- duplikacja sklepów, sklepy siostrzane (lustrzane, fancyzowe i in.)
- pierwszy supermarket internetowy w Polsce, według tygodnika Time, otwarcie: 1997 (ToTu, Poznań)
- przeniesienie części handlu do Internetu – w 2013 było ok. 10.000 e-sklepów, w 2018 – 25.000 - rynek rosnący ponad 20 proc. Rocznie (<https://marketingibiznes.pl>)
- rozrost sieci sklepowych

Źródło: [http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,13658027,10\\_tys\\_e\\_sklepow\\_rynek\\_rosnacy\\_ponad\\_20\\_procent\\_rocznie.html#ixzz2iR0nGdqM](http://wyborcza.biz/biznes/1,100896,13658027,10_tys_e_sklepow_rynek_rosnacy_ponad_20_procent_rocznie.html#ixzz2iR0nGdqM)



# SKLEP DETALICZNY STACJONARNY W PRZYSZŁOŚCI – EFEKT ROPO

**ROPO (Research Online / Purchase Offline)  
– sprawdź produkt w sieci, kup w sklepie  
stacjonarnym**

- do 50% wartości sprzedaży w handlu może zależeć od efektu ROPO
- w obecnych czasach ROPO przybiera na znaczeniu i potrafi wspierać sprzedaż niemal każdej branży

Autorem artykułu jest Danuta Bonczar, Mensis.pl nr 17.

Źródło: <http://mensis.pl/zarzadzanie/efekt-ropo-w-sluzbie-e-commerce/>



# SKLEP DETALICZNY STACJONARNY W PRZYSZŁOŚCI – EFEKT ROPO

**A co, gdy ... będzie odwrotnie?**

**ROPO (Research Offline / Purchase Online)**

**sprawdź produkt w sklepie,  
kup w Internecie**



# SKLEP DETALICZNY STACJONARNY W PRZYSZŁOŚCI – EFEKT ROPO

Co sklep stacjonarny powinien wykorzystać:

- możliwości dokładnego obejrzenia, dotknięcia produktu przed zakupem
- niechęć do ponoszenia dodatkowych kosztów za przesyłkę
- chęć natychmiastowego posiadania produktu
- konieczność rejestracji konta w sklepie internetowym
- niechęć do podawania danych osobowych
- ogólną obawę przed zakupami internetowymi, związaną z niewiedzą, złym doświadczeniem lub opiniami znajomych

Autorem artykułu jest Danuta Bonczar, Mensis.pl nr 17.

Źródło: <http://mensis.pl/zarzadzanie/efekt-ropo-w-sluzbie-e-commerce/>



# OTOCZENIE SKLEPU



Opracowano na podstawie pracy Małgorzaty Lewandowskiej pt. *Tendencje zmian w makrootoczeniu – perspektywa polskich przedsiębiorstw*. Instytut Międzynarodowego Zarządzania i Marketingu. Warszawa 2010.





# OTOCZENIE ZEWNĘTRZNE

- **Mikrootoczenie** – czyli to, co nas otacza bezpośrednio w tym konkurencja, inne sklepy, dostawcy, łańcuchy innych powiązań np. logistycznych, odbiorcy, pośrednicy, itd.;
- **Makrootoczenie** – czyli czynniki mające na nas pośredni wpływ, tj. geograficzne, demograficzne, społeczne, polityczne, gospodarcze, itd.



# OTOCZENIE WEWNĘTRZNE

- zasoby (ludzkie, budynki, finanse, urządzenia, maszyny)
- organizacja pracy (struktura)
- technika i technologia (działania w zakresie produktu, kształtowania ceny, działania promocyjne)
- PR (wizerunek)



# NASZA WIEDZA = SUKCES DLA SKLEPU

- Czym dla mnie jest sukces?
- Czy znam swoje otoczenie?
- Czy mam wpływ na jego elementy?
- Na które elementy mam wpływ?
- Jak mnie widzą inni?
- Jak się komunikuję?
- Jak się promuję?
- Czy mierzę swoje wyniki?
- Czy wyciągam wnioski?
- Czy mogę się zmieniać?



# NASZA WIEDZA = SUKCES DLA SKLEPU

- o poznaj swoje słabe i mocne strony

Analiza SWOT – **Strengths**, **Weaknessess**, **Opportunities**, **Threats**

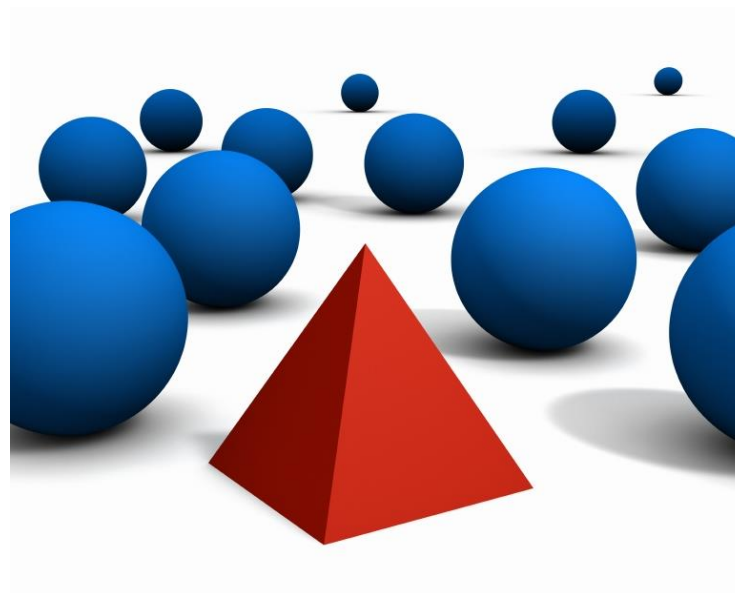


Wg niektórych autorów **mocne strony** i **słabe strony** to czynniki zależne od nas, np. te, na które mamy wpływ planistyczny i zarządczy, a **szanse** i **zagrożenia**, to czynniki obiektywne, na które nie mamy bezpośredniego wpływu



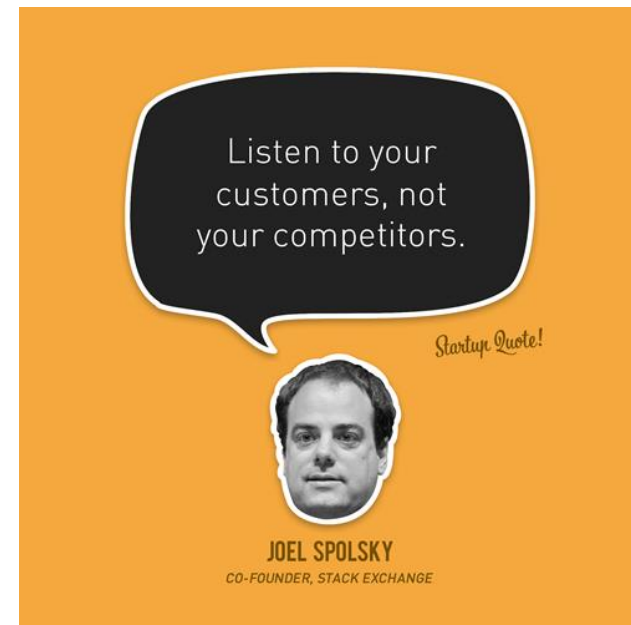
# NASZA WIEDZA = SUKCES DLA SKLEPU

- o różnij się od innych



# NASZA WIEDZA = SUKCES DLA SKLEPU

- o znaj i słuchaj klienta



# NASZA WIEDZA = SUKCES DLA SKLEPU

- znaj produkt – sprzedawaj cechy



# NASZA WIEDZA = SUKCES DLA SKLEPU

- o oferuj więcej niż towar





# 10 CECH SKUTECZNEGO SPRZEDAWCY

wg Peter Leighton wiceprezes Combined Insurance	wg Jeffrey Gitomer autorka „Bibli Sprzedawcy”
miła aparycja	jak mnie widzą inni
ambicja	stawianie celów
pewność siebie	wiara w swoje umiejętności
z zapałem	kreatywność
niezależność	postawa moralna i etyczna
samodyscyplinowanie	organizacja pracy
ciężka praca	poświęcenie
zdolność do przekonywania	budowanie więzi
pozytywne nastawienie	entyzjizm
przystosowalność	zdolność do zmian

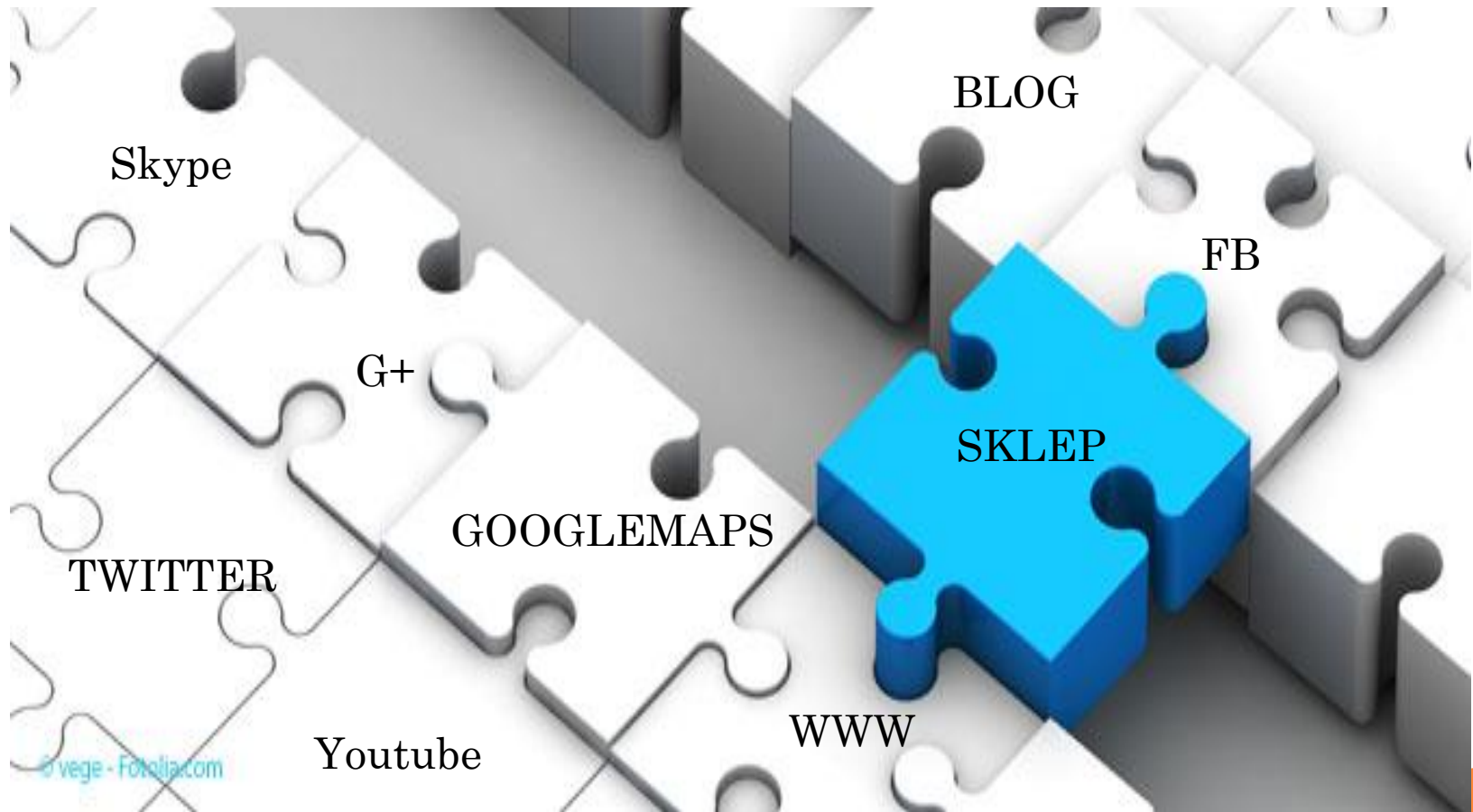
Źródło: <http://www.businessnewsdaily.com/4173-personality-traits-successful-sales-people.html> oraz <http://www.success.com/article/jeffrey-gitomer-the-ten-traits-of-high-sales-performers#sthash.00XOUB9b.dpuf>



# NOWOMOWA: WIELOKANAŁOWOŚĆ



# NOWOMOWA: WIELOKANAŁOWOŚĆ





LinkedIn

foursquare

YouTube



facebook



twitter

tumblr.



flickr



vep

mihhh

## O CZYM NIE MÓWIŁEM?

- Handel w sieci rośnie z nami, czy bez nas

Źródło:

[http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/646850,bardzo\\_podniecajaca\\_wiadomosc\\_seks\\_w\\_internecie\\_sp\\_rzedaje\\_sie\\_coraz\\_lepiej.html](http://biznes.gazetaprawna.pl/artykuly/646850,bardzo_podniecajaca_wiadomosc_seks_w_internecie_sp_rzedaje_sie_coraz_lepiej.html)

- Dumpingowe ceny – czyli ludzie, ludziom zgotowali ten los ...
- Babcia mówiła: reklama dźwignią handlu!



# PESYMISTYCZNA WERSJA

**Żyjemy w czasach, w których  
pewne są trzy rzeczy:**

- śmierć
- podatki
- **wzrost znaczenia e-commerce**

Cyt. za Jakubem Jasińskim (managerem e-commerce)

<http://mensis.pl/zarzadzanie/cross-channeling-wielokanalowosc-zakonczona-sukcesem/>



# OPTYMISTYCZNA WERSJA

**Żyjemy w czasach,  
w których pewne są trzy rzeczy:**

- ludzie będą wciąż kupować
- sprzedawać się będzie tylko najlepszy towar
- sklepy stacjonarne będą wciąż oferować coś, czego nie da Internet ... żywego sprzedawcę!

/-/ moje





**DZIĘKUJĘ**

