

АНАЛІЗ ІСНУЮЧИХ ПРОГРЕСИВНИХ МЕТОДІВ ТОРГІВЛІ

Мовламова С.С., гр.ТЕ-40

Науковий керівник – д-р техн. наук, проф. **Потапов В.О.**
Харківський державний університет харчування та торгівлі

Торговельне обслуговування покупців є завершальним етапом функціонування торгівлі і здійснюється роздрібним продажем товарів і наданням додаткових послуг. Всі інші процеси (комерційні, технологічні та ін) носять підлеглий характер і спрямовані на забезпечення високої культури торгівлі. Поряд з продажем товарів в роздрібних торговельних підприємствах важливе місце в торгівлі займають позамагазинні форми торговельного обслуговування.

Продаж товарів за телефоном – форма продажу товарів, при якій продавець здійснює активний вільний продаж товарів, зазиваючи клієнта за допомогою рекламування товару під час телефонної розмови.

Телепродаж – форма продажу товарів, при якій засобом пропонування товару служить екран телевізора.

Консультативний продаж – форма продажу товарів, при якій покупців обслуговує продавець, який одночасно є консультантом з питань будівництва, інформатики, надання інжинірингових або інших послуг тощо.

Груповий продаж – форма продажу товарів, яка базується на вислуховуванні, виявленні взаємопорозуміння, пошуку спільних поглядів. У процесі такого спілкування господар, роль якого виконує продавець товарів, переконує гостей у перевагах та доцільності їх придбання.

Продаж товарів через зовнішнього субпідрядника – продаж товарів торговельним підприємством, при якому за його дорученням і за його кошт для проведення короткострокової збутової кампанії в ролі торгового персоналу виступають працівники іншого торговельного підприємства.

Парадоксальний продаж товарів (продаж за методом нейролінгвістичної мотивації) – продаж товарів, під час якого продавець відмовляється від традиційних принципів ведення торгових переговорів, а зосереджує увагу на переформулюванні питань клієнтів з метою акцентування їх можливих відчуттів і формування психологічних стимулів до здійснення купівлі.

Інтернет-магазин. Характерним для електронної торгівлі є те, що ця форма має значні переваги за рахунок реальної (on-line) торгівлі. Частиною Інтернет-торгівлі є торговельний майданчик, Інтернет-аукціон.