

فروش گردانی

یکی از ارکان های مهم در **حوزه فروش**، مدیریت در **فروش گردانی** است. فروش به تنهایی انجام نمی پذیرد، مگر آنکه زیر ساخت آن به طور اصولی مهیا شود. فضای کافی برای نوع کالا موقعیت عرضه آن جایگاه **مسئول فروش**، نحوه ارتباط با خریدار، شناخت فرهنگ مصرف و ایجاد ذوق در آنها و ارائه خدمات در حین فروش، گارانتی و پس از آن با دارا بودن **مدل های ذهنی** برای سلیقه های مختلف از وظایف **فروش گردانی** است.

فروش گردانی تا مدت ها جزو وظایف مدیریت فروش قلمداد میگردید، و تنها چند سالی است که به عنوان حرفه ایی مجزا و پیوسته به **فرایند فروش** مورد توجه قرار گرفته است.

فارغ از آنکه پروژه فروش را چه فردی عهده دار است میبایست پروسه فروش از فنون (علم) **جامعه شناسی** و آمیزه هایی از **آکادمی فروش** با شیوه های مختلف بهره جست. **فروش گردان ها** هیچگاه بدنبال دیکته کردن فروش توسط فروشندگان نیستند. بلکه به مفاهیم اجرایی آن یا به مفاهیم اجرایی کردن آن، ایجاد نیاز در خریدار، هماهنگی میان فروشندگان و تصویر سازی مناسب در **فضای مرتبط** می باشند.

فروش گردانان به دنبال شرایط مناسب کشف و بکارگیری **تکنیک حسی**، **ایجاد انگیزه** در تک تک فروشندگان، می باشند تا میل به **بالا ترین سطح** در مسیر فروش که نهایتاً جلب رضایت خریدار و مدیر فروش می باشد انجام پذیرد که این مهم یکی از وظایف فروش گردانان می باشد.

فروش گردان میبایست خواسته نهایی مدیریت فروش و **روش های تکنیکی** آن را در غالب روانشناختی جامعه مصرف و قابلیت تسلط به دانش روز و تحلیل تک تک شخصیت ها و شناخت نیت درونی آنها را شناسایی و فروشندگان را در مسیر صحیح **نقش آفرینی** همراهی نماید.

