

Danas je to, doslovno, ambulanta prodaja sa brzim doživljajem kupovine kao dodatnom vrijednosti da usrećimo svoju potrebu za osvježavajućim ručkom od juhe do deserta, recimo!

U trgovačkim centrima, u novije vrijeme, opskrba je upravo zbog uvođenja ambulante prodaje sve više nalik na dostavu "otkako je svijeta i vijeka"!

DVIJE PRIČE O AMBULANTNOJ PRODAJI

Moja mlada susjeda već godinu dana radi na taj način za jednu tvrtku mliječnih proizvoda u našem gradu. "Uređaj za prijenos podataka, odnosno narudžbi je INTERMEC CN3 preko kojeg unosimo narudžbe kupaca i onda putem GPRS-a šaljem u svoj centralni sistem u kompaniji. Pisalice imamo u firmi i vezani su isključivo za PC-e. HHT uređaji kojima se koristimo su jedna od nekoliko vrsta na našem tržištu, funkcioniraju na principu GPRS-a i naša je tvrtka instalirala softver da gledam mailove i da surfam." Tako mi je opisala svoj način rada.

Druga priča je s početka prošlog stoljeća i ispričao ju je dramski kritičar i književnik Andrej Kudrjacev, nedavno u jednoj radijskoj emisiji. Njegova se majka dobro udala u jednu bogatašku kuću, koju su do tri puta tjedno samostalno obilazili razni lovci, ribari i mesari – svatko od njih je ulazio na druga vrata po svom poslu. Kuhinja i promet oko jela bio je fascinant. Nikada prije nije vidjela da je na jednim vratima nacrtan vol, na drugima škarpina i na trećima jelen! U toku prijepodneva ulazilo bi se na određena vrata i odlazilo sa praznim vrećama od jute, ali zato punih džepova.

I KOLUMBO JE BIO TRGOVAČKI PUTNIK

Jeste li znali da je taj pustolov imao više zanimanja i da je na Madeiru došao kao trgovački putnik da kupi šećernu trsku, patuljaste banane i vino? Tu je pronašao sve što mu je trebalo da nastavi živjeti po svome! Kad je došao pregovarati o cijeni šećera, upoznao je jednog velemožnog gospodina, oženio njegovu kćer Phelipu i za nagradu je, iz trezora svog tasta, dobio po-

Ambulantna prodaja

Trgovina je struka kojoj sunce osobno želi DOBRO JUTRO, slikovito je opisao Marin Držić, na jednom od onih mjesta gdje su ga često viđali, a "di se prodavao zelen", kažu kroničari. Nisu li upravo tržnice sa željezničarskim stilom dostave bez većih kašnjenja oduvijek predvodile u budnosti da kupcu ne smije ništa uzmanjkati. Što ima loše u tome da u trenutku kad nešto poželimo – da to i dobijemo?!



morske karte koje su mu promijenile život. Nakon ženine prerane smrti otišao je u Španjolsku, postao ljubavnik kraljice Izabele, a sve ostalo je povijest.

Danas isključivo informatika ubrzano mijenja naše živote, pa je tako i odnos dobavljača i trgovaca promijenjen iz temelja zahvaljujući uvođenju ambulante prodaje. U posljednje vrijeme promjene su postale svakodnevna pojava i dodiruju mnoga područja našega života. Distribucija proizvoda široke potrošnje koja je bila, posebno u zadnjem desetljeću, podvrgnuta korigiranim promjenama, nije u tome nikakva iznimka. Sad je jasno da ambulanta pro-

daja nije ništa novo – oduvijek je postojala opskrba od vrata do vrata.

NEKI NOVI UVJETI U PRODAJI

Novim uvjetima počela su se prilagođavati i poduzeća, koja su posljedično morala reorganizirati svoje unutarnje poslovne procese i promijeniti odnos prema kupcima. Dakle, pojavila se prodaja "door-to-door", što je za neke značilo potpuno novi pristup kupcu. Na drugoj strani su oni dobavljači kojima je to već bio glavni način prodaje i koji su već spoznali da je ključ za povećanje konkurentnosti - aktivno skupljanje podataka - već u postupku prodaje. Kontinuirana i sistematična prerada podataka u korisne informacije omogućava kvalitetnije usluge koje se nude kupcu uz smanjenje troškova poslovanja. U jednoj šaljivoj anketi o ambulantnoj prodaji pitali su domaćice što bi više voljele u ambulantnoj ponudi: tortu od čokolade sa malinama i šlagom ili da prodavač Family Frosta izgleda kao Brad Pitt? Liječnici su mjerili broj otkucaja srca žena kojima su na ekranu prikazivane fotografije glumca i torte. Ljepotan je izazvao samo 105 otkucaja u minuti, dok je slasna torta povećala otkucaje na 142. Čokoladna krema je izazvala čak 135 otkucaja srca, dok ih je Australac Russell Crowe spustio na 98.

Žene, ipak, vole čokoladu najviše na svijetu!

Ambulantna prodaja je još jedan retro *life-style* – ljudi vam mogu pozvoniti na vrata iznenada čime se, dakle, ispočetka obnavlja južnjački način komuniciranja sa "dubinom i ljudskošću kakvoj nema para".

PRIČA ISPRIČANA NA AMERIČKI NAČIN

Tako je simpatično opisano, pomalo na sad već jedan od staromodnih načina, u jed-

Suvremeni sustavi za ambulantnu prodaju izgrađeni su tako da omogućuju nesmetan i jednostavan rad.

Uvijek su dobrodošli dobavljači koji mogu istodobno ponuditi proizvode i dokumente nužne za prodaju i tako znatno skratiti kupcu administrativni postupak.

nom američkom časopisu iz 80-tih, nastanak moderne ambulante prodaje. "Usred kuhanja gurmanskog specijaliteta kojim ste htjeli iznenaditi dragu osobu, zamislite da vam pozvoni trgovac živežnim namirnicama i ponudi proizvode svoje tvrtke. Odlučite li se za kupnju, možete otkriti da određeni proizvod dopunjava vaš specijalitet. Ali, njegovo pisanje računa traje toliko dugo da vaša hrana na štednjaku može zagoriti. Dakako, lijepo planirana večera je, takoreći, propala.

Na sreću takve se stvari više ne događaju. Prodaja pomoću računala prodrla je i u tu vrstu prodaje. Tako svaki vozač – prodavač može brzo vidjeti koje proizvode ima i kolikim zalihama raspolaže, te na licu mjesta ispisati potreban dokument. Više se ne može dogoditi da poželite smrznutog purana, trgovac dođe do vas i ponudi vam katalog da sami odaberete svog favorita, a kad tamo, pokaže se da ga je upravo prodao vašem susjedu, ha, ha, ha! Dakako, prije toga je pregledao cijeli kamion."

Tako se pisalo o uvođenju ambulante prodaje na tržište.

BRZA PRILAGODBA POTRAŽNJI NA TRŽIŠTU

Prije stabilni dugoročni odnosi između dobavljača i kupca počeli su se mijenjati u nesigurnu i svakodnevnu borbu za opstanak. Trgovci su u obilju izbora i ponude počeli naručivati kod dobavljača koji su najprilagodljiviji i uvijek pri ruci, jer su na taj način vlastite zalihe sačuvali i kod najmanjih količina. Sustavi POS blagajne trgovcima su omogućili opskrbu preciznim informacijama koje si omogućavale bolje planiranje zaliha. Najučinkovitije rješenje nastale situacije bilo je rješavanje zaliha u vozilu za dostavu i uključivanje suvremenih informacijskih tehnologija za prodaju na terenu. Za kupca je to značilo dostupne zalihe i veću prilagodljivost kod naručivanja. Za dobavljača puno jednostavnije manipuliranje zalihama, uz istodobno i ustaljeno prilagođavanje potrebama naručioaca.

CJELOVITA USLUGA JE NAJVAŽNIJA

Uvođenjem novog zakonodavstva o porezima koje predviđa ispunjavanje formulara kod preuzimanja robe došlo je do povećanja zahtjeva kupaca. Tu se radi samo o jed-

nom elementu u kupoprodajnom procesu kojim dobavljač može graditi svoju konkurentsku prednost. Posao treba biti obavljen sa odgovarajućom informacijskom tehnologijom. Tako su uvijek dobrodošli dobavljači koji mogu istodobno ponuditi proizvode i dokumente nužne za prodaju i tako znatno skratiti kupcu administrativni postupak, od isporuke do postavljanja proizvoda na police u trgovinama. Pogodnosti koje donosi informatički pristup dobavljača donose nove mogućnosti za poboljšanje poslovanja i veću raznovrsnost ponude. Kvantiteta proizvoda različitih dobavljača sve je više izjednačena i u većini slučajeva razmjerno visoka. Dodatna vrijednost danas sve više proizlazi iz kvalitete usluga – prodaju se rješenja i takav je dobavljač najpoželjniji. Suvremeni sustavi za ambulante prodaje izgrađeni su tako da omogućuju nesmetan i jednostavan rad.

GLAVNE PREDNOSTI I POSLJEDICE

Izravna prednost i korist jest ušteda u vlastitim troškovima istraživanja i razvoja, smanjivanje tehnološkog jaza u odnosu na konferenciju uz uštedu u angažiranju specijaliziranih i skupih kadrova. Prijetnju poduzeću mogu predstavljati loša obučena osoblja i površnost sa pogreškama u korištenju informacija, dokumenata, te nepoznavanje engleskog jezika. Nadalje, prijetnju može predstavljati krađa informatičke opreme i računalni virusi u pohranjenim informacijama. Nastup na tržištu može se još uspješnije iskoristiti povezivanjem s managerskim informacijskim sustavom, a širenje geografske ponude, čini se, ima temelje u podacima još iz vremena prije Krista. Navodno, jednom prilikom je Mojsije upravo svojim poslanicima dao zadatak nalik na posao kakav obavljaju prodavači ambulante prodaje.

"Razgledajte zemlju kakva je, kakav je narod koji je naseljava – je li jak ili slab, koliko ih ima, jesu li dobri ili zli, kakvi su im gradovi u kojima žive, jesu li u utvrdama, vrijedi li im zemlja, proučite i donesite ovamo sve te plodove." Suvremeni komunikacijski kanali to bi nazvali optimiziranje putova prodaje ili u shakespearijanskoj maniri rečeno: "Kako vam drago!"

Nadina Cvetko Borota, dipl. oec.

Jeste li pretplatili svoju tajnicu na tajnicu.hr?



NARUDŽBENICA

PS 02/2009 kojom neopozivo naručujem godišnju pretplatu na časopis **tajnica.hr** (8 brojeva godišnje) po cijeni od 297,00 kn (PDV uračunat).

Naziv tvrtke/obrta:

Adresa:

Matični (porezni) broj:

Odjel ili ime osobe na koju se šalje:

Količina:

Tel./fax:

E-mail:

U _____ dana

Pečat i potpis odgovorne osobe:

Centar za management i savjetovanje d.o.o.
 Dragutina Golika 109, 10000 Zagreb, Hrvatska
 tel. +385 1 - 49 217 42 fax. +385 1 - 49 217 43
 e-mail: pretplata@tajnica.hr www.tajnica.hr

**Informacije o pretplati:
 01 - 3690 881**