

# Kodeks Etyki Zawodowej Sprzedawców

(dalej Kodeks) przyjęty w dniu 24.04.2009 przez Zarząd  
Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Sprzedażą

---

## Cel

Podstawowym celem Kodeksu jest zebranie w jednym miejscu i usystematyzowanie najistotniejszych zasad etyki zawodowej Sprzedawców. Jego dodatkową rolą jest budowanie wiarygodności grupy zawodowej poprzez promowanie profesjonalnych oraz uczciwych zasad postępowania Sprzedawcy.

## Nota – pojęcie „Sprzedawca”

Ileokroć w tekście niniejszego Kodeksu użyte jest pojęcie „Sprzedawca”, należy przez nie rozumieć osoby reprezentujące szerokie spektrum stanowisk tj przedstawiciel handlowy, handlowiec, specjalista ds. sprzedaży oraz wszelkich innych stanowisk, których rolą jest aktywna sprzedaż dóbr i/lub usług. Poprzez sprzedaż aktywną, uznajemy wszelkie działania sprzedawcy polegające na aktywnym poszukiwaniu, pozyskiwaniu a następnie stałej obsłudze Klienta. W powyższym rozumieniu, określenie „sprzedawca” nie odnosi się do osób sprzedających w tzw. biernej formule sprzedażowej, określanych m.in. jako „ekspedienci”, obsługujących Klientów w tzw. punktach handlowych/sprzedaży.

## §1

### Zobowiązania wobec zawodu Sprzedawcy

**1. Rozwój:** Sprzedawca powinien stale doskonalić swoją postawę, rozwijać system wartości oraz poszerzać swoją wiedzę i umiejętności, w szczególności w dziedzinach istotnych dla jego aktywności zawodowej. Obok wiedzy o oferowanych produktach, potrzebach potencjalnych klientów oraz znajomości rynku, na którym operuje, dzięki nieustannej edukacji powinien poszerzać swoją wiedzę również w zakresie najnowszych technik i metody sprzedaży oraz obsługi klienta.

**2. Godność:** Sprzedawca powinien dążyć do wyeliminowania w swym otoczeniu praktyk oraz wypowiedzi uchylających godności zawodu, które mogłyby zaszkodzić dobrej opinii grupy zawodowej Sprzedawców. Zachowaniem niegodnym Sprzedawcy jest również konstruowanie oraz rozpowszechnianie fałszywych, obraźliwych lub wprowadzających w błąd stwierdzeń dotyczących pracodawcy, klientów lub konkurencji.

**3. Zaangażowanie:** W celu podnoszenia statusu postrzegania grupy zawodowej sprzedawców, Sprzedawca powinien cechować się wysokim zaangażowaniem intelektualnym i emocjonalnym w podjęcie, wykonywanie oraz reprezentowanie zawodu Sprzedawcy.

**4. Poufność:** Wysoce pożądanym jest zachowanie przez Sprzedawcę zasady poufności i nie ujawniania osobom i/lub podmiotom trzecim wszelkich informacji, które Sprzedawca zdobył w trakcie wykonywania swoich obowiązków, chyba że z tego obowiązku zwolnił go sam klient i/lub pracodawca.

**5. Uczciwość:** Sprzedawcy nie uciekają się do działań korupcyjnych i tym samym wystrzegają się działalności, która mogłaby zostać uznana za niezgodną z obowiązującym w Polsce prawem czy ogólnie przyjętymi zasadami etycznymi.

## § 2

### Zobowiązania Sprzedawcy wobec Pracodawcy

**1. Transparentność:** Sprzedawca, podejmując nową pracę, nie powinien zatajać lub też podawać nieprawdziwych informacji mogących wpłynąć na jego zatrudnienie, w szczególności dotyczących kompetencji, doświadczenia zawodowego oraz wykształcenia. Sprzedawca, zarówno podejmując zatrudnienie jak i w trakcie zatrudnienia, powinien informować pracodawcę o fakcie podjęcia innych działań sprzedażowych, podejmowanych na rzecz podmiotów trzecich. W szczególności o działaniach podejmowanych na rzecz klientów oraz konkurencji obecnego pracodawcy oraz przedsiębiorstw z nimi powiązaniach.

**2. Efektywność:** Zobowiązaniem nadrzędnym każdego profesjonalnego Sprzedawcy jest dążenie do osiągnięcia najwyższego poziomu efektywności swoich działań sprzedażowych, przekładających się na wymierne korzyści biznesowe jego pracodawcy.

**3. Konsekwencja:** Zachowaniem godnym Sprzedawcy, jest konsekwentna realizacja przyjętych obowiązków, wytrwałe dążenie do osiągnięcia wyznaczonych celów oraz spełnienia pokładanych w nim przez pracodawcę oczekiwań zawodowych.

**4. Lojalność:** Sprzedawca powinien cechować się wysoką lojalnością w stosunku do swojego pracodawcy poprzez dbanie o pozytywny wizerunek swój, firmy w której pracuje oraz wszystkich swoich współpracowników.

## § 3

### Zobowiązania Sprzedawcy wobec Klientów

**1. Wiarygodność:** Sprzedawca powinien być wysoce wiarygodny poprzez swoją postawę, odpowiedni poziom wiedzy, umiejętności oraz możliwości jakimi dysponuje reprezentując Pracodawcę. Przed rozpoczęciem rozmów z Klientem, jako jeden z priorytetów powinien postawić sobie za cel, wywiązywanie się z wypracowanych z Nim uzgodnień..

**2. Informowanie:** Przejawem profesjonalizmu jest udzielanie Klientom wyczerpujących informacji na temat organizacji, którą Sprzedawca reprezentuje, korzyści ze składanej oferty jak i zobowiązań spoczywających po stronie Klienta. Niepożądane natomiast są działania wprowadzające Klienta w błąd, mające na celu dokonanie sprzedaży w warunkach, gdy Klient nie posiada kompletnej wiedzy pozwalającej na podjęcie świadomej decyzji.

**3. Satysfakcja:** Dla Sprzedawcy jedną z najwyższych wartości powinna być satysfakcja Klienta z dokonanej transakcji oraz poczucie podjęcia przez niego świadomej i słusznej decyzji. Wypracowując z Klientem wspólne ustalenia Sprzedawca powinien poszukiwać rozwiązań „win-win”, dbając nie tylko o dobro swojego pracodawcy, ale również swojego Klienta.

**4. Szacunek:** Niepożądane jest instrumentalne traktowanie Klienta jako podmiotu potrzebnego do osiągnięcia różnych celów Sprzedawcy. Wykorzystanie ciężkiej sytuacji życiowej (Klientów indywidualnych) lub rynkowej (Klientów będącymi podmiotami gospodarczymi), w której znalazł się Klient, jest zachowaniem niegodnym Sprzedawcy.

## § 4 Zapisy końcowe

Zasady Kodeksu obowiązują wszystkich członków Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Sprzedażą, oraz osoby niezrzeszone, które z własnej nieprzymuszonej woli przyjmą je do stosowania, chcąc kształtować profesjonalny wizerunek Sprzedawcy oraz upowszechnić pożądane zachowania i postawy sprzedażowe.