

ŠKOLENÍ OBCHODNÍKŮ

Název tréninku	Cíl tréninku	Cílová skupina	Počet dní
Prodejní dovednosti I.	- osvojení a rozvíjení základních obchodních dovedností a principů - zvýšit prodej účastníků	Prodejci, Obchodní zástupci	2 dny
Prodejní dovednosti II.	- prohloubit znalost konzultativního prodeje - osvojení si dovedností pro prevenci zvládnání nestandardních situací	Prodejci, Obchodní zástupci	2 dny
Vedení prodejních týmů	- zkvalitnění procesů řízení a vedení - uvědomění si preference stylu vedení - osvojení dovedností efektivního vedení	Vedoucí prodejních týmů	2 x 2 dny
Negociace - umění vyjednat	- rozvíjení dovednosti vyjednat a přesvědčovat obch. partnery	Vedoucí prodejních týmů, Obchodníci, Nákupčí	2 dny
Telemarketing	- rozvíjení a osvojení si základních obch. dovedností při telefonním hovoru	Prodejci, Operátoři, Referenti, Sekretářky	2 dny
Přesvědčivá obchodní prezentace	- zvýšení profesionality veřejných projevů - zesílit přesvědčivost obch. prezentací - zvýšit sebejistotu	Prodejci, Obchodní zástupci	2 dny
Péče o zákazníka	- uvědomění si významu prozákaznické orientace - budování pozitivního dojmu - zvládnání konfliktních situací se zákazníky	Prodáváči, Skladníci	2 dny
Profesionální nákupčí	- poskytnout praktické techniky a taktiky pro vyjednávání - osvojení si strategie win-win - zvýšit sebedůvěru a profesionalitu při vyjednávání	Nákupčí, Obchodní manažeři	2 x 2 dny

TRÉNINKY OBCHODNÍKŮ

Prodejní dovednosti I

Role prodejce
Obchodní jednání jako komunikační proces
Věcná a vztahová složka komunikace
1.Kontakt – úloha prvního dojmu
Optimální struktura obchodního jednání
Dovednosti pro efektivní řízení obchodního jednání
Kladení otázek
Aktivní naslouchání
Prezentace výrobku – prodej užitku
Typologie obchodních partnerů
Zvládnání námitek

Prodejní dovednosti II

Implicitní a explicitní potřeby
SPIN technika kladení otázek
Prezentace produktu
Efektivní přesvědčování
Prodej po telefonu
Specifika telefonní komunikace
Obvyklé chyby a jak se jim vyvarovat
Jak jednat s různými typy zákazníků
Vybrané asertivní dovednosti

Vedení prodejních týmů

Skupinová dynamika v prodejním týmu
Formulace stanovování cílů
Nástroje řízení efektivity prodejního týmu
Styly vedení týmu
Individuální preference stylu vedení
Efektivní delegování úkolů
Koučování – nástroj rozvoje potenciálu podřízených
Motivace členů týmu
Prodejní porady

Negociace – umění vyjednat

Kdy vyjednat
Vlastnosti vyjednávače
Příprava na vyjednávání
Vyjednávání a jeho fáze
Stanovování cílů
Analýza vlastní síly a síly partnera
Ústupky a jak s nimi zacházet
Přístupy k jednání
Umění argumentace
Efektivní uzavírání jednání
Organizační zajištění

Telemarketing

Představení a úvod hovoru
Ověření a získání informací
Zvládnání stížnosti a kritiky
Efektivní prodejní techniky
Aktivní vedení rozhovoru
Vyjednávání a efektivní přesvědčování
Získání souhlasu
Zvládnání různých způsobů odmítnutí

Přesvědčivá obchodní prezentace

Komunikační schéma jako základ každé prezentace
Plánování a příprava prezentace
Verbální a neverbální prvky prezentace
Fáze prezentace
Rušivé prvky při prezentaci
Vyrovnávání se s trémou
Aktivizování účastníků – jak vzbudit zájem
Řízení diskuse
Zvládnání konfliktních situací a negativních emocí publika
Nácvik dovednosti improvizovat

Péče o zákazníka

Role prodáváče – role zákazníka
Význam pozitivního dojmu – budování pozitivního dojmu
Verbální a neverbální komunikace
Zjišťování potřeb zákazníka – kladení otázek
Aktivní naslouchání jako prevence konfliktů
Řešení konfliktních situací
Typologie zákazníka – jak jednat s jednotlivými typy
Vybrané asertivní techniky

Profesionální nákupčí

Předpoklady pro úspěšné jednání
Asertivita při jednání
Obchodní jednání jako cílená řízená komunikace
Stanovení cílů jednání
Příprava na jednání
Efektivní techniky vedení rozhovoru
Principy zvládnání námitek
Dosahování souhlasu
Strategie a taktika vyjednávání
Efektivní přesvědčování
Přístupy k jednání
Jednání s různými typy dodavatel a obchodních partnerů
Vedení jednání ve stylu win-win, win-lose
Skupinové jednání a vyjednávání