



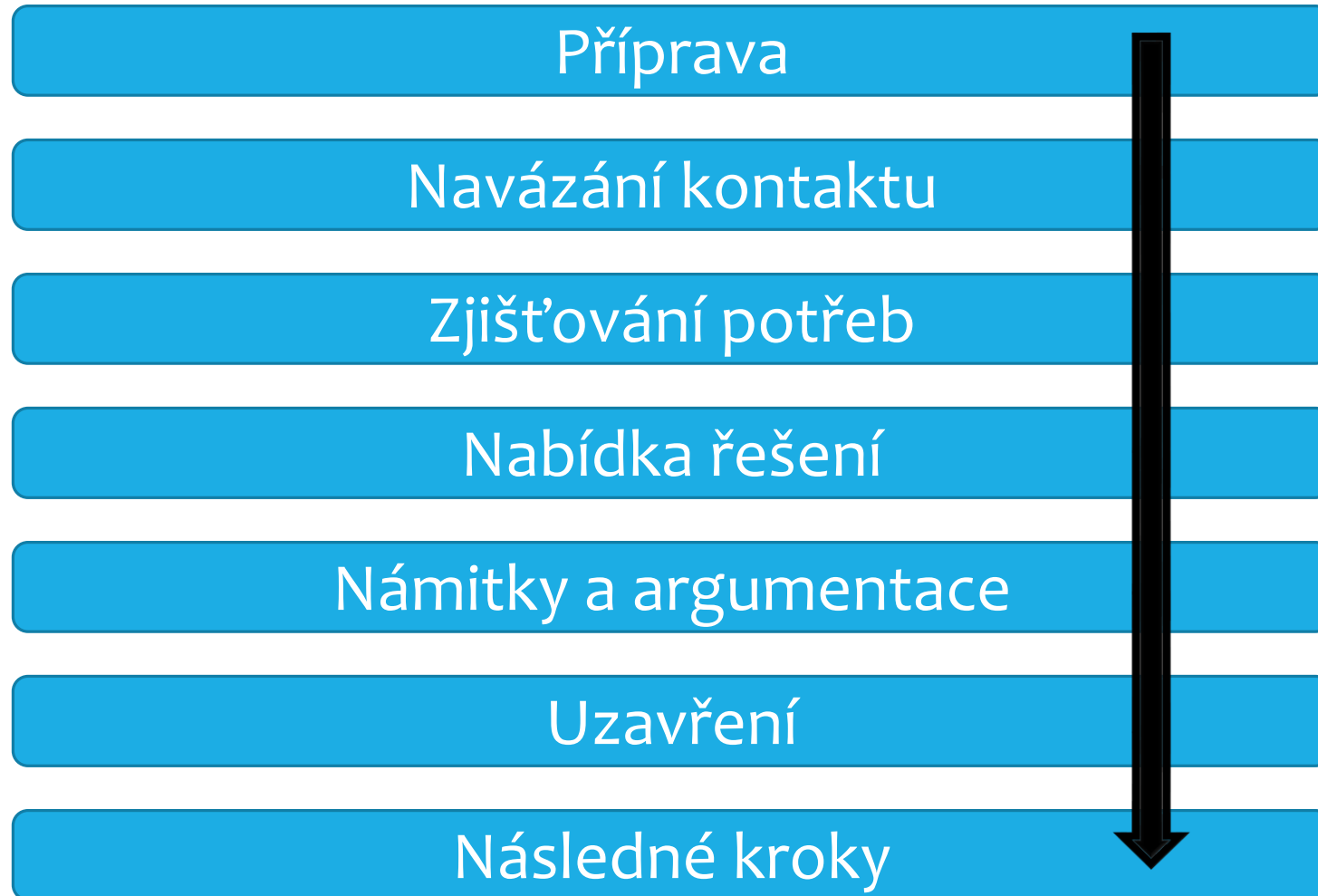
OBCHODNÍ DOVEDNOSTI

Mgr. Zuzana Kupková, Ph.D.

NEJDŮLEŽITĚJŠÍ...

není, CO prodávám, ale KOMU

STRUKTURA OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ



PŘÍPRAVA NA JEDNÁNÍ

- zvládnutí produktu, jeho silných a slabých stránek
- profil a historie klienta
- příprava argumentace a reakce na předvídatelné námitky
- materiály – vizitky, prezentace, vzorky

ÚVOD JEDNÁNÍ

- pozdrav, podání ruky
- první dojem
- neverbální komunikace
- představení plánu jednání/struktury prezentace

ZJIŠŤOVÁNÍ POTŘEB

- klíčová fáze – dle toho nastavujeme správný postup

- KLADENÍ OTÁZEK

- AKTIVNÍ NASLOUCHÁNÍ

KLADENÍ OTÁZEK

UZAVŘENÉ OTÁZKY

Odpověď ANO-NE

Chceme-li jednoznačnou odpověď

Ne mnoho za sebou – spíše na
závěr jednání

OTEVŘENÉ OTÁZKY

Odpověď celou větou

Na začátku jednání – rozvíjení
tématu, zjišťování názorů

Zpomalují rozhovor

Začínají „jak, kdy, kde, kolik...“

- Neskákat mezi tématy, od všeobecných otázek ke konkrétním, nejprve otevřené, potom uzavřené

AKTIVNÍ NASLOUCHÁNÍ

- proces, kdy dáváme partnerovi najevo zájem s cílem získat co nejvíc informací
- povzbuzování partnera k dalším výpovědím
 - „aha, rozumím, skutečně?, myslíte tedy, že...?“
 - neverbální komunikace ve smyslu „já vás vnímám“
 - neskákat do řeči (radši si napsat poznámku)

CHYBY: skákání do řeči, přebírání slova, absence očního kontaktu, pasivita, nereagování, projevování otevřeného nesouhlasu

NÁVRH ŘEŠENÍ

- čas pro argumentaci:
 - vlastnosti popisují, výhody prodávají
 - argument je silný tím, co je důležité pro partnera, nikoliv pro nás
 - přiměřená délka, jeden hlavní argument, srozumitelné formulace
 - opakování argumentů
- jak být přesvědčivý:
 - vlastní důvěryhodnost
 - pozitivní taktní tón (respekt, nikoliv přemlouvání)
 - silné důvody na podporu argumentů
 - argumentace přizpůsobená partnerovi
 - apelování na potřeby daného partnera (zjištěné v předchozí fázi) a přínosu produktu pro něj

NÁMITKY

- překážka na straně zákazníka - reakce NE
- obchodní případ bez námitek téměř neexistuje

POSTUP:

- vyslechnutí a uznání námítka – případně dalších námitek a doplňujících info
- řešení námitek, kromě těch falešných (osobní důvody, nesympatie, nedůvěra, kompetence) – je třeba aktivně naslouchat
- metoda „kromě toho?“
- nevyslovené námítka – pomáhají uzavřené otázky, shrnutí a žádost o potvrzení

UZAVŘENÍ OBCHODU

- sledujeme nákupní signály (neverbální, verbální)
- rekapitulace jednání
- dohoda na dalším postupu
- neverbální komunikace – dobrý poslední dojem

NÁSLEDNÉ KROKY

- zpracování zápisu a zaslání druhé straně
- slíbené materiály poslat do nejdříve
- udržování vysoké intenzity komunikace
- hledání dalších příležitostí

PŘÍČINY NEÚSPĚCHU

- nízká iniciativa
- nedodržování schůzek a termínů
- nespolehlivost
- neprofesionalita
- vysoká cena