

OBSAH:

1. Úloha prodejce	1-1
1. POJETÍ PRODEJE V ORGANIZACI	1-3
2. DRUHY PRODEJE	1-4
3. PROČ SE STÁT PROFESIONÁLNÍM PRODEJCEM	1-6
4. CVIČENÍ K LEKCI	1-8
2. Prodej v marketingových souvislostech	2-1
1. MARKETINGOVĚ ŘÍZENÁ ORGANIZACE	2-3
2. MARKETINGOVÉ PLÁNOVÁNÍ A STRATEGIE	2-6
3. MARKETINGOVÉ ANALÝZY	2-8
4. MARKETINGOVÉ PROGRAMY	2-10
5. CVIČENÍ K LEKCI	2-17
3. Prodejní plány, prognózování prodeje	3-1
1. ÚVOD DO PLÁNOVÁNÍ	3-3
2. PRODEJNÍ PLÁNY	3-3
3. METODY PROGNÓZOVÁNÍ PRODEJE	3-6
4. CVIČENÍ K LEKCI	3-9
4. Nákupní procesy a chování zákazníka	4-1
1. ANALÝZA CHOVÁNÍ ZÁKAZNÍKA	4-3
2. NÁKUPNÍ PROCES A CHOVÁNÍ SPOTŘEBITELE	4-5
3. NÁKUPNÍ PROCES A CHOVÁNÍ NA PRŮMYSLOVÝCH TRZÍCH	4-7
4. CVIČENÍ K LEKCI	4-11
5. Psychologie prodeje	5-1
1. OSOBNOST PRODEJCE A ZÁKAZNÍKA	5-3
2. NEUROLINGVISTICKÉ PROGRAMOVÁNÍ (NLP)	5-7
3. SMYSLOVÉ VJEMY	5-9
4. CVIČENÍ K LEKCI	5-11
6. Dynamika a fáze nákupního procesu	6-1
1. ÚVOD	6-3
2. PŘÍPRAVA	6-3
3. ZAHÁJENÍ JEDNÁNÍ	6-4
4. ZJIŠTĚNÍ POTŘEB A PROBLÉMŮ	6-4
5. PREZENTACE OBCHODNÍ NABÍDKY	6-6
6. VYJEDNÁVÁNÍ	6-6
7. ZÁVĚR OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ	6-7
8. POPRODEJNÍ AKTIVITY	6-9

9. CVIČENÍ K LEKCI	6-11
7: Strategie obchodního jednání	7-1
1. ÚVOD DO VYJEDNÁVÁNÍ	7-3
2. VYJEDNÁVACÍ PROCES A PŘÍPRAVA NA VYJEDNÁVÁNÍ	7-3
3. VYJEDNÁVACÍ STRATEGIE	7-5
4. VYJEDNÁVACÍ TAKTIKY	7-8
5. CVIČENÍ K LEKCI	7-13
8. Prodejní techniky, argumentace a zvládání námitek	8-1
1. ÚVOD	8-3
2. PRODEJNÍ TECHNIKY A METODY	8-3
3. ZVLÁDÁNÍ NÁMITEK	8-7
4. STÍŽNOSTI A REKLAMACE	8-10
CVIČENÍ K LEKCI	8-12
9. Příprava na prodejní jednání (prospecting, profilace zákazníka)	9-1
1. ZÍSKÁVÁNÍ POTENCIÁLNÍCH ZÁKAZNÍKŮ (PROSPEKTING)	9-3
2. ZDROJE PRO BUDOVÁNÍ PŘEHLEDU POTENCIÁLNÍCH ZÁKAZNÍKŮ	9-5
3. PŘÍPRAVA NÁVŠTĚVY	9-6
4. CÍLE JEDNÁNÍ	9-7
5. PŘÍLOHA DOTAZNÍK PRO PŘÍPRAVU NÁVŠTĚVY	9-8
6. CVIČENÍ K LEKCI	9-10
10. Řeč těla a verbální komunikace	10-1
1. OBECNÉ ZÁSADY KOMUNIKACE	10-3
2. NEVERBÁLNÍ KOMUNIKACE	10-6
3. VERBÁLNÍ KOMUNIKACE	10-9
4. CVIČENÍ K LEKCI	10-11
11. Profesionální prezentace	11-1
1. PREZENTACE	11-3
2. PŘÍPRAVA NA PREZENTACI	11-3
3. STRUKTURA PREZENTACE	11-4
4. PRŮBĚH PREZENTACE	11-6
5. CVIČENÍ K LEKCI	11-11
12. Prodej po telefonu	12-1
1. SPECIFIKA A VÝHODY PRODEJE PO TELEFONU	12-3
2. JAK ZVLÁDAT TELEFONICKÉ HOVORY	12-3
3. FÁZE PRODEJNÍHO TELEFONÁTU	12-5
4. CVIČENÍ K LEKCI	12-10

13. Key Account Management a CRM	13-1
1. ÚVOD	13-3
2. ACCOUNT-PLÁN	13-3
3. MANAGEMENT VZTAHŮ	13-5
4. CRM - CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT	13-9
5. CVIČENÍ K LEKCI	13-10
14. Trendy a specifika podle prostředí prodeje	14-1
1. PROSTŘEDÍ PRODEJE	14-3
2. SPECIFIKA PODLE TYPU ZÁKAZNÍKA	14-3
3. SPECIFIKA PODLE MÍSTA PRODEJE	14-5
4. SPECIFIKA PODLE POVAHY PRODUKTU	14-7
5. SPECIFIKA PODLE ORGANIZACE PRODEJE	14-8
6. CVIČENÍ K LEKCI	14-9
15. Internetový prodej	15-1
1. ÚVOD DO INTERNETU	15-3
2. NÁSTROJE INTERNETOVÉHO PRODEJE	15-3
3. BEZPEČNOST A INTERNET	15-6
4. CVIČENÍ K LEKCI	15-8
16. Kvantitativní aspekty prodeje - základní výpočty	16-1
1. ÚVOD	16-3
2. POMĚROVÉ UKAZATELE	16-3
3. MARŽE (MARGINS)	16-6
4. NÁKLADY A BOD ZVRATU (BEP)	16-9
5. CVIČENÍ K LEKCI	16-12
17. Příprava a řízení rozpočtu	17-1
1. VÝZNAM PRODEJNÍCH ROZPOČTŮ	17-3
2. KATEGORIE PRODEJNÍCH ROZPOČTŮ	17-3
3. SESTAVOVÁNÍ ROZPOČTU	17-4
4. PRUŽNOST A PODROBNOST ROZPOČTU	17-7
5. CVIČENÍ K LEKCI	17-9
18. Organizace a týmová spolupráce	18-1
1. ORGANIZACE PRODEJE	18-3
2. TÝMOVÁ PRÁCE	18-6
3. CVIČENÍ K LEKCI	18-10
19. Motivace, školení a osobní rozvoj prodejců	19-1
1. MOTIVAČNÍ STIMULY PRODEJCE	19-3

2. KARIÉROVÝ CYKLUS PRODEJCE	19-4
3. TVORBA TRÉNINGOVÉHO PROGRAMU	19-5
4. PROBLÉMY STAGNACE PRODEJČŮ	19-6
5. CVIČENÍ K LEKCI	19-8
20. Time management a práce se stresem	20-1
1. ŘÍZENÍ ČASU	20-3
2. JAK SI STANOVIT SVÉ OSOBNÍ CÍLE	20-4
3. JAK SI STANOVIT SVÉ PRIORITY	20-5
4. JAK OCHRÁNÍTE SVŮJ ČAS	20-6
5. JAK ZÍSKAT ČAS	20-7
6. CVIČENÍ K LEKCI	20-8

Přílohy

OCHRANA SPOTŘEBITELE

DOTAZNÍK

OBSAH:

1.	Úloha prodeje	3
2.	Prodej v marketingových souvislostech	5
3.	Prodejní plány, prognózování prodeje	7
4.	Nákupní procesy a chování zákazníka	9
5.	Psychologie prodeje	12
6.	Dynamika a fáze nákupního procesu	14
7.	Strategie obchodního jednání	15
8.	Prodejní techniky, argumentace a zvládání námitek	17
9.	Příprava na prodejní jednání (prospecting, profilace zákazníka)	18
10.	Řeč těla a verbální komunikace	19
11.	Profesionální prezentace	20
12.	Prodej po telefonu	21
13.	Key Account Management a CRM	22
14.	Trendy a specifika podle prostředí prodeje	24
15.	Internetový prodej	25
16.	Kvantitativní aspekty prodeje - základní výpočty	27
17.	Příprava a řízení rozpočtu	31
18.	Organizace a týmová spolupráce	33
19.	Motivace, školení a osobní rozvoj prodejců	34
20.	Time management a práce se stresem	35