

OBSAH

ÚVOD	5
KAPITOLA 1 VYMEZENÍ KLÍČOVÝCH POJMŮ	6
1.1 Obchodní jednání	6
1.2 Psychologie prodeje	9
KAPITOLA 2 OSOBNOST ÚSPĚŠNÉHO PRODÁVAJÍCÍHO	12
2.1 Profil osobnosti úspěšného prodávajícího	12
2.2 Typologie prodávajících	17
KAPITOLA 3 KUPUJÍCÍ A JEHO CHOVÁNÍ	22
3.1 Kupní chování	22
3.1.1 Faktory ovlivňující kupní chování	24
3.2 Segmentace kupujících	27
3.2.1 Typologie kupujících	28
KAPITOLA 4 PROCES OBCHODNÍHO JEDNÁNÍ	37
4.1 Proces obchodního jednání a jeho fáze	37
4.1.1 Fáze 1: Před vlastním obchodním jednáním	38
4.1.1.1 Příprava obchodního jednání	38
4.1.1.2 Kontaktování obchodního partnera	42
4.1.2 Fáze 2: Vlastní obchodní jednání	42
4.1.2.1 Úvod vlastního obchodního jednání	43
4.1.2.2 Identifikace kupních motivů	43
4.1.2.3 Nabídka produktu	48
4.1.2.4 Účinné vyvracení námitek kupujícího	53
4.1.2.5 Obchodní dohoda	55
4.1.3 Fáze 3: Po obchodním jednání	56
KAPITOLA 5 ÚČINNÁ KOMUNIKACE	58
5.1 Proces komunikace	58
5.1.1 Verbální komunikace při obchodním jednání	60
5.1.1.1 Bariéry efektivní komunikace v obchodním jednání	61
5.1.2 Neverbální komunikace při obchodním jednání	64
KAPITOLA 6 OBCHODNÍ JEDNÁNÍ V MULTIKULTURNÍM PROSTŘEDÍ ...	71
6.1 Faktory ovlivňující obchodní jednání v multikulturním prostředí ..	72
6.2 Základní pravidla pro překonávání kulturních rozdílů	73
6.3 Kulturní specifika při obchodním jednání	75
6.4 Specifika obchodního jednání ve vybraných národních kulturách .	80
ROZŠIŘUJÍCÍ LITERATURA KE STUDIU	87