

# Obsah

Úvod . . . . .	3
Obsah . . . . .	5
1. Osobnost prodavače . . . . .	7
2. Role prodavače . . . . .	9
3. Průběh prodejního rozhovoru . . . . .	10
4. Příprava na prodej . . . . .	12
5. Pozitivní první dojem . . . . .	13
6. Řeč těla v prodeji . . . . .	15
7. Navázání kontaktu se zákazníkem. . . . .	18
7.1 Kdy promluvit na klienta? . . . . .	18
7.2 Pravidla začátku prodejního rozhovoru . . . . .	20
8. Působení prodavače na zákazníka. . . . .	21
9. Jak odhadnout komunikační typ zákazníka a jak s ním jednat . . . . .	23
10. Prodavač v roli poradce. . . . .	25
10.1 Zjišťování potřeb . . . . .	28
10.2 Naslouchání. . . . .	30
10.3 Empatie . . . . .	32
11. Psychologie rozhodování zákazníků . . . . .	36
12. Mechanismy, které podporují, aby se zákazník rozhodl . . . . .	39
13. Pozitivní vyjadřování . . . . .	41
14. Síla předvedení a ukázky . . . . .	44
15. Typologie zákazníků . . . . .	45
16. Parametr, výhoda, užitek . . . . .	46
17. Jak sdělit cenu. . . . .	47

<b>18. Překonání námitek</b> . . . . .	50
18.1 Druhy námitek . . . . .	50
18.2 Postup zvládnutí námitky . . . . .	52
18.3 Námitka: „Na internetu je to levnější.“ . . . . .	54
18.4 Používané techniky zvládnutí námitek . . . . .	55
18.5 Námitkovník . . . . .	58
<b>19. Cross-selling</b> . . . . .	59
<b>20. Upselling</b> . . . . .	60
<b>21. Zvyšování schopnosti přesvědčit</b> . . . . .	63
<b>22. Uzavření obchodu</b> . . . . .	66
22.1 Nejčastější nákupní signály . . . . .	66
22.2 Techniky uzavírání obchodu . . . . .	67
<b>23. Odmítnutí</b> . . . . .	69
<b>24. Standard profesionální obsluhy</b> . . . . .	70
<b>25. Základy merchandisingu</b> . . . . .	71
25.1 Dispoziční řešení prodejny . . . . .	71
25.2 Využití plochy prodejny . . . . .	74
<b>Čtyři fáze učení</b> . . . . .	76
<b>Můj akční plán rozvoje</b> . . . . .	78