

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

18. Překonání námitek	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
19. Cross-selling	59
20. Upselling	60
21. Zvyšování schopnosti přesvědčit	63
22. Uzavření obchodu	66
22.1 Nejčastější nákupní signály	66
22.2 Techniky uzavírání obchodu	67
23. Odmítnutí	69
24. Standard profesionální obsluhy	70
25. Základy merchandisingu	71
25.1 Dispoziční řešení prodejny	71
25.2 Využití plochy prodejny	74
Čtyři fáze učení	76
Můj akční plán rozvoje	78