

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu v rámci

Operačného programu Zamestnanosť a sociálna inklúzia.

Viac informácií nájdete na: www.esf.gov.sk a www.sia.gov.sk.

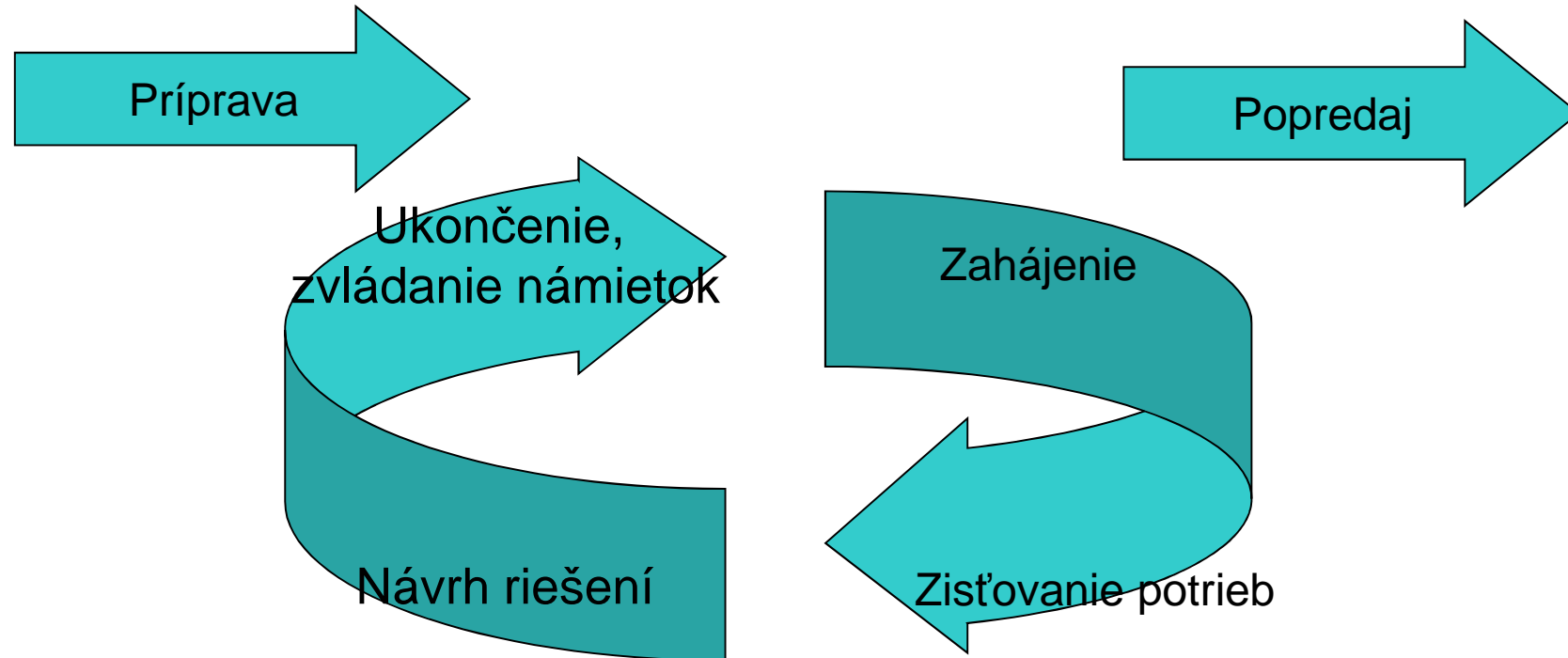
„Priestor na Vašu príležitosť“.

Predajný poradenský proces

Yvona Ragasová



Predajný proces a jeho fázy



- Neprechádzajte do ďalšej fázy, pokiaľ nie je predošlá uzavretá
- Nevynechávajte žiadnu fázu
- Uist'ujte sa, že ste vy aj zákazník v rovnakej fáze



Fázy predajného procesu

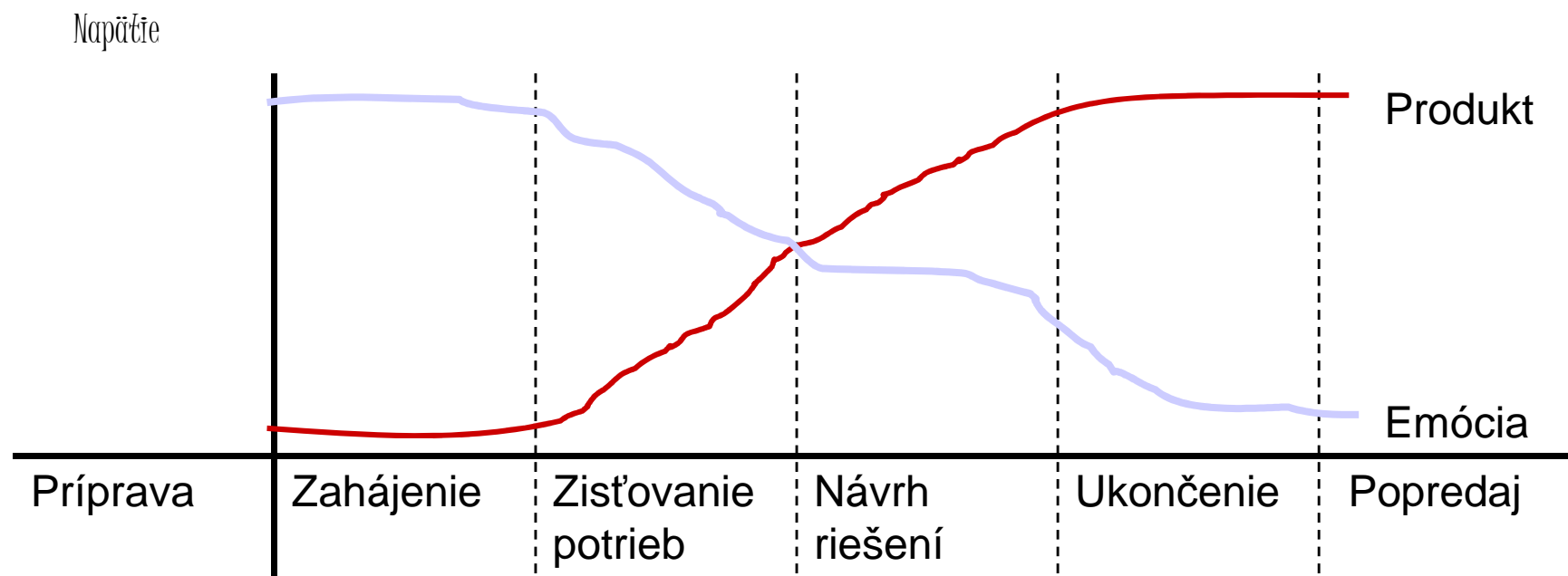
- **Príprava**
- **Zahájenie**
- **Identifikácia, zisťovanie potrieb**
- **Prezentácia individuálneho produktu**
- **Zvládanie pripomienok a uzavretie**
- **Popredajné kroky**



Zahájenie

- Ice breaking
- Typológia
- Prispôsobenie sa
- **Prehľad** (téma, postup, výsledok, čas - odsúhlasenie)
- Krátky nácvik - ukážka

Graf produktového a emočného napätia





Zisťovanie, analýza potrieb

Cieľom je získanie presných informácií o potrebách, cieľoch, motívoch a plánoch klienta.



Ako môžeme zistiť zákazníkove potreby?

- Otvorené otázky (Čo? Ako? Kedy? Prečo? V akej súvislosti...?)
- Aktívne počúvanie
- Reflexia



Otázky v analýze potrieb

Formulácia otázky určuje spôsob uvažovania pýtaného a jeho odpoveď

- **Otvorené otázky**

Klient má priestor na odpoveď, poskytne viac informácií

- **Zatvorené otázky**

Klient nemá priestor na odpoveď, odpovedá prevažne áno/nie

- **Sugestívne otázky**

Podsúvame klientom riešenia

- **Alternatívne otázky**

Klient vyberá z ponúkaných dvoch alternatív





Komunikácia počas vyjednávania

- Udržujte očný kontakt
- Aktívne počúvajte - neprerušujte druhého
- **Komunikujte jasne a jednoznačne**
- **Pýtajte sa, zauímajte sa!**
- Využívajte ticho po položení otázky
- Pozorujte neverbalitu partnera
- Kontrolujte vlastnú neverbalitu (otvorená pozícia)
- Ak je to možné, prekvapte partnera malou pozornosťou
- Nezačínajte rozhovor tvrdením
- Komunikujte pozitívne
- Namiesto „Nie“ vyslovte vlastný návrh
- **Dávajte najavo porozumenie - empatiu**



Ako prezentovať produkt?

- **Feature** – vlastnosť, funkcia, parameter
- **Benefit** – prínos
- **Individual Benefit** – Individuálny prínos



Návrh riešenia

- Má naplniť konkrétnu klientovu potrebu
- Je zrozumiteľný klientovi
- Poskytuje možnosť výberu
- Je klientovi finančne dostupný

Ochota pomôcť nájsť riešenie je viac ako číry prejav zdvorilosti!



Hľadanie riešenia

- Vytvorenie ponuky
- Predstavenie ponuky
- Vyžiadanie si reakcie
- Úprava ponuky
- Odsúhlasenie ponuky



Ako prezentovať cenu?

- Metóda „sendviča“
- Minimalizovať cenu
- Porovnať cenu
- Predstaviť cenu ako investíciu
- Zvýšiť prínosy
- Vytvoriť prepočet

Práca v skupinách, lepíky... Vytvorte svoj zoznam príkladov k jednotlivým metódam!



Ťaháčik... *Aký úžitok prinesie klientovi naše stretnutie?*

- „...pre Vás to znamená...“
- „...tým ušetríte...“
- „...to zvýši Vaše...“
- „...to Vám zabezpečí...“
- „...tým dosiahnete...“
- „...to Vám umožní...“
- „...tým si zabezpečíte...“
- „...to má pre Vás tú výhodu...“
- „...ktoré Vám prinesie...“



Námietka vz. zámienka

Námietka:

- Zákazník prejavuje záujem
- Má konštruktívnu snahu o porozumenie problematiky

Zámienka:

- Zákazník neprejavuje záujem
- Hľadá zámienku pre odmietnutie



Ako zvládať námietky?

- Námietka alebo zámienka?
- Overíme si námietku (pochopenie)
- Súhlasíme a neutralizujeme
- Navrhujeme riešenie



Techniky uzatvárania

- Pozitívny predpoklad
- Dve varianty riešenia
- Dohoda o uzatvorení nabudúce
- Podmienečné uzatvorenie
- Krok za krokom



Dohoda

- Dohodu správne načasujte - vyberte vhodný čas na ukončenie jednania
- Sumarizujte dohodu - často bývajú rozdiely v chápaní niektorých bodov dohody. Akúkoľvek nejasnosť okamžite vyjasnite
- Dohodnite si postup realizácie dohody
- Obidve strany musia mať z dohody dobrý pocit



Záver

- Po odsúhlasení dohody sa venujte vášmu obchodno - partnerskému vzťahu
- Zaujímajte sa o partnera ako o človeka
- Pochváľte partnera a proces dohody - „Myslím, že sme urobili dobrý obchod“
- Ak nedosiahnete dohodu, „nepáľte mosty - nechajte dvere otvorené“
- Vždy končite pozitívne

Chyby, ktoré vyjednávača magicky prit'ahujú:

- Má pri dlhodobom obchodnom vzťahu taktiku krátkodobých ziskov
- Debatuje a nepresviedča
- Nemá stanovený cieľ
- Nezisťuje potreby dostatočne
- Je netrpezlivý
- Ustupuje rýchlo a ľahko
- Ustupuje a nič za to nezískava
- Ponúkne ústupok, bez toho aby jeho hodnotu v očiach partnera maximalizoval
- Sústreďuje sa len na vlastné potreby
- Nevžíva sa do situácie obchodného partnera
- Nepočúva aktívne. Nevie klásť otázky
- Nevie či má partner právomoc urobiť konečné rozhodnutie
- Považuje „NIE“ a odmietnutie za definitívne
- Nepripraví si stratégiu vyjednávania
- Vyjednáva vždy rovnakým spôsobom
- Nevie zaobchádzať so silou. Nevie, že dojem je dôležitejší ako skutočnosť
- Zamieňa štýl vyjednávania s jeho podstatou. Priateľské vyjednanie nemusí znamenať mäkké vyjednanie





Ďalšie odporúčenia ohľadne vyjednávania

- kontrolujte svoju nervozitu, neprejavujte ju
- používajte humor, ak je to možné
- buďte nadšený pre vec
- užívajte pozitívny body language
- používajte jednoduché a zrozumiteľné názory na vyjadrenia
- robte krátke pauzy na zvýraznenie dôležitých vecí
- udržiajte očný kontakt
- používajte otvorené otázky a reflexiu na ujasnenie si stanovísk



Budovanie vzťahu so zákazníkom

- Prekonávanie očakávaní
- Proaktívny a pozitívny prístup
- Budovanie dôvery

Kroky po obchodnom jednaní

- Zápis z jednania
- Implementácia dohody
- Kontrola dosiahnutých cieľov
- Aktualizácia karty klienta
- Stanovenie ďalších cieľov do karty klienta
- Administratívne práce



Práca v skupinách, lepíky... Vytvorte svoj zoznam krokov po ukončení obchodného jednania!



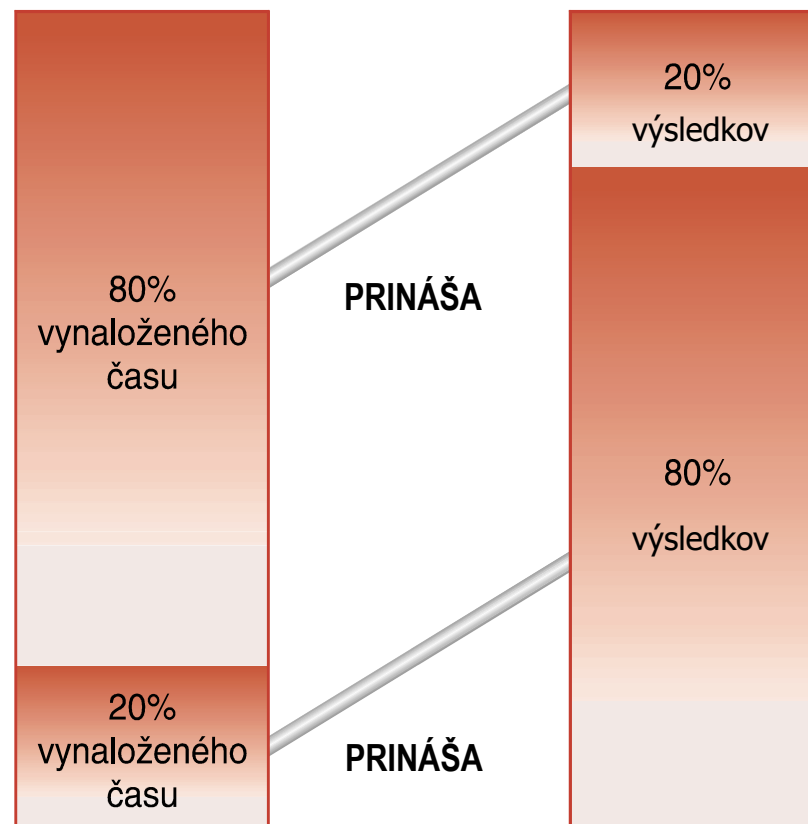
Implementácia dohody

- **Informujte o dohode nadriadeného - zabezpečte akceptovanie dohody**
- **Zabezpečte kontrolu plnenia dohody**
- **Informujte obchodného partnera o stave implementovania dohody**

Organizácia



Parettovo pravidlo



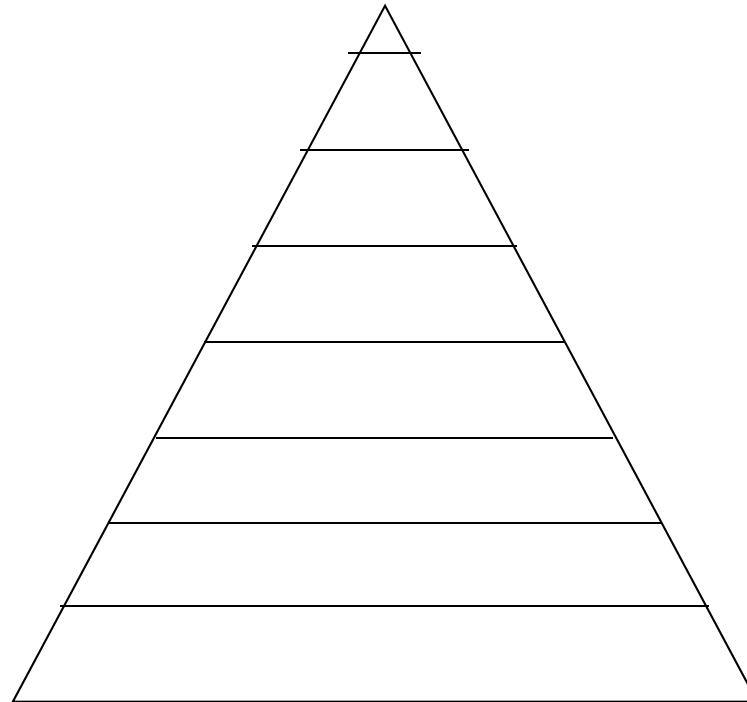
Kroky obchodného procesu





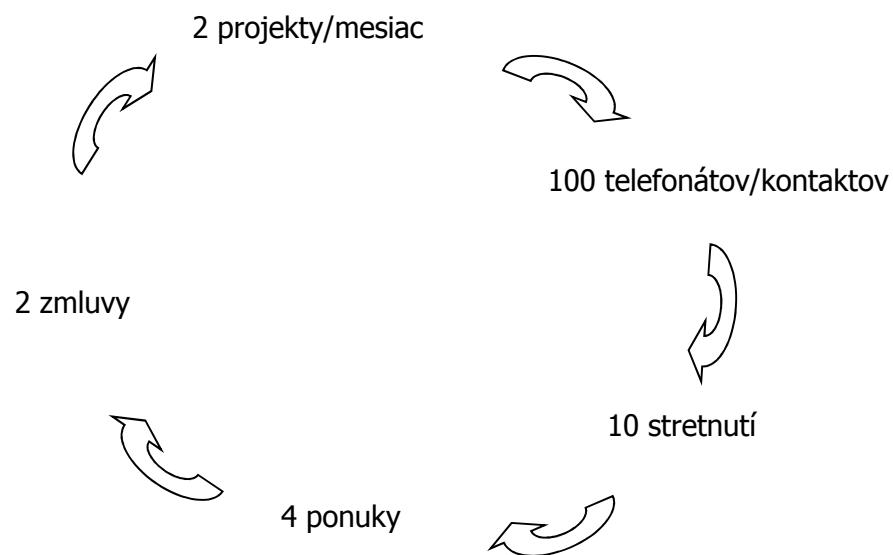
Kroky obchodného procesu

Vydefinujte kroky Vášho obchodného procesu!

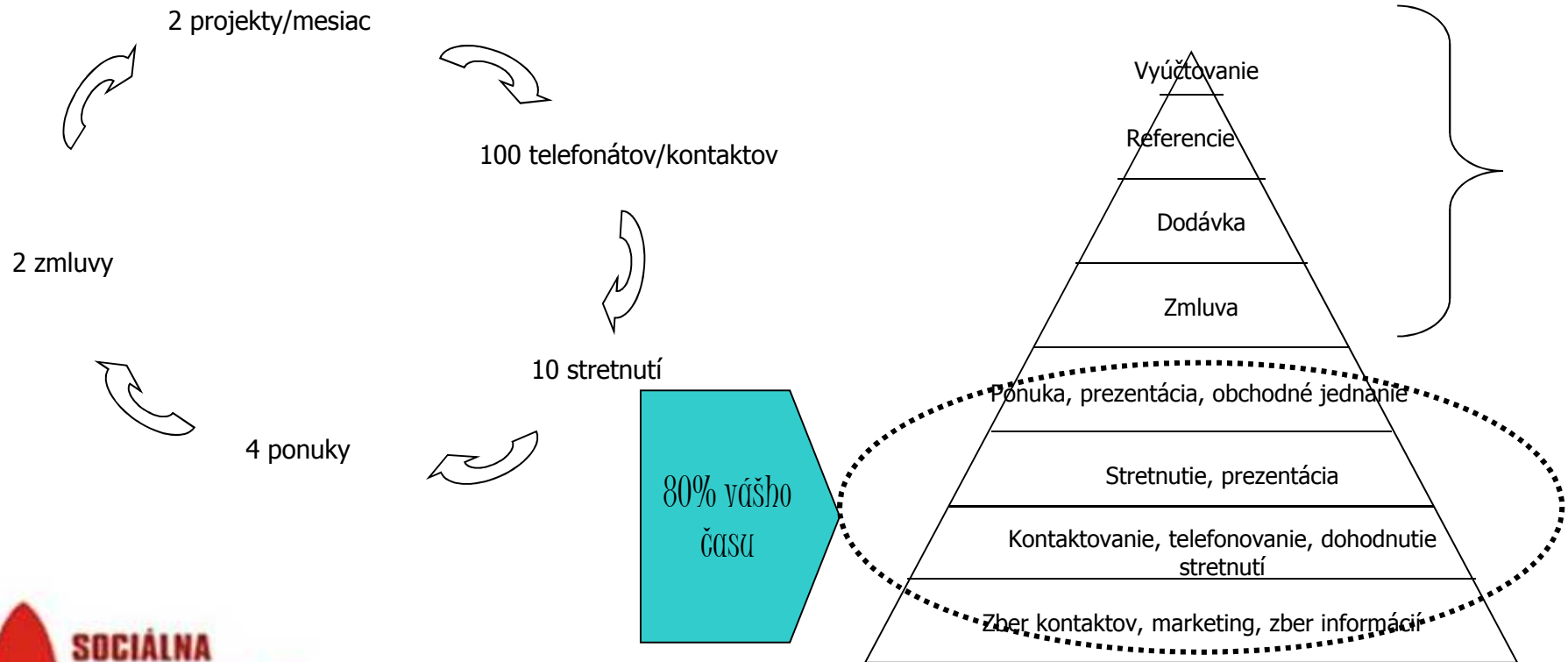


Kontinuálny obchodný cyklus

Aktívny predaj:



Kontinuálny obchodný cyklus





Vzor týždňového harmonogramu

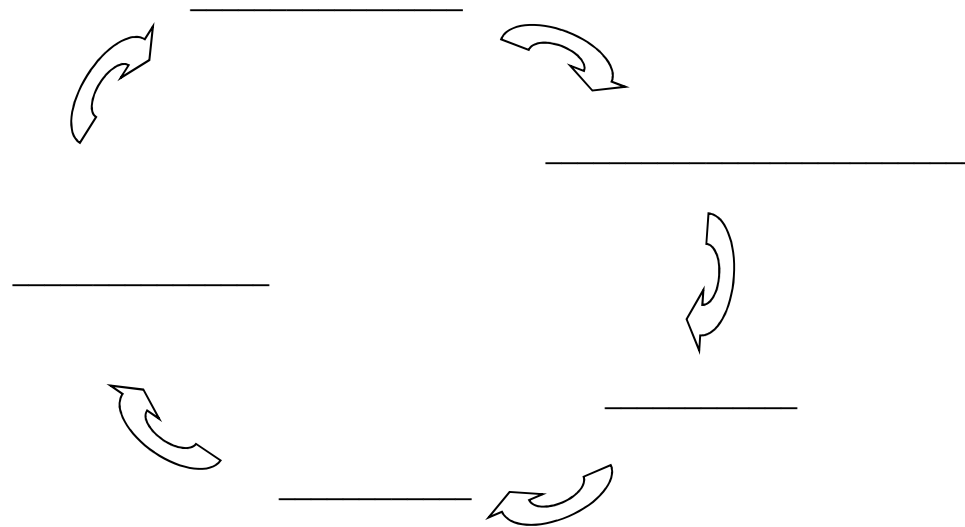


	Pondelok	Utorok	Streda	Štvrtok	Piatok
08,00	5 nových kontaktov	5 nových kontaktov	5 nových kontaktov	5 nových kontaktov	5 nových kontaktov
08,30	Vyhľadávanie klientov, mail, internet, Zlaté stránky.....				
09,00	Telefonáty s klientom, dohadovanie stretnutí, príprava na jednania s klientom				
10,00					
11,00					
12,00	Obed				
13,00	Ponuka, obchodné jednanie	1 obchodné jednanie	1 obchodné jednanie	1 obchodné jednanie	Spracovanie reportov, správ, zápisov
14,00	Stretnutia, obchodné jednania				
15,00	Zmluva, obchodné jednanie				Porada
16,00					
17,00	Spracovanie, zhodnotenie a plán na ďalší deň				
18,00					



Kontinuální obchodný cyklus

Aktivny predaj:





Vzor týždňového harmonogramu



	Pondelok	Utorok	Streda	Štvrtok	Piatok
08,00					
08,30					
09,00					
10,00					
11,00					
12,00	Obed				
13,00					
14,00					
15,00					
16,00					
17,00					
18,00					



Pred návštevou

Organizácia stretnutia

- Organizácia, príprava návštev
- Organizácia trás
- Stav zložiek klienta
- Stav auta

Práca v skupinách, lepíky... Vytvorte svoj zoznam činností!

Pred návštevou



Zobrať so sebou:

- Diár, plánovací kalendár
- Vizitky
- Propagačné materiály
- Zápis z jednania (formulár), pero
- Karta klienta
- Podklady na jednanie, výpočty
- Kalkulačka
-

Práca v skupinách, lepíky... Vytvorte svoj zoznam podkladov na jednanie!

Pred návštevou



Image

- Oblečenie
- Tmavý oblek
- Biela košeľa
- Tmavé topánky
- Tmavé ponožky
- Konzervatívna viazanka
- Upravený, oholený
- Nie silné parfumy, veľké šperky
- Účes, nechty...
- Zdravé sebavedomie
- Dobrá príprava
- Úsmev, pozitívna nálada

Práca v skupinách, lepíky... Vytvorte svoj image obchodníka!



Pred návštevou

Prvý dojem môžem urobiť len raz!

- Som dochvíľny
- Som upravený
- Predstavím sa podaním ruky
- Usmievam sa, som prirodzený
- Ak budem meškať, telefonicky včas informujem klienta





Zákonnosti telefonovania

- Najefektívnejší spôsob prvého oslovenia
- Jediným cieľom telefonátu je dohodnutie stretnutia
- Neposkytujeme informácie o produktoch
- Som úprimný a priamy

Aký úžitok prinesie klientovi naše stretnutie?



Telefonické oslovenie klienta

- Použijem pripravený scenár telefonického rozhovoru
- Vyhradím si čas na telefonovanie počas dňa
- Pripravím si potrebné pomôcky k telefonovaniu
- Telefonujem v čase, keď mám dost' energie
- Usmievam sa
- Uistím sa, že nevolám nevhodne
- Som vždy zdvorilý
- Oslovujem volaného klienta menom



Sloh obchodného listu

- List je vždy vizitkou svojho pisateľa
- Na adresný list odpovedáme spravidla vždy, najneskôr do troch týždňov
- List má byť:
 - logický
 - prehľadný
 - zrozumiteľný
 - stručný
 - vecný
 - prirodzený
 - kladne formulovaný



Osnova listu

■ Začiatok:

- oslovenie
- úvod (nie je nutný)

■ Hlavné zdelenie:

- charakteristika tovaru, služieb
- popis situácie
- dôvody, prečo píšeme
- výhody, individuálne prínosy ponúkaných služieb, tovaru
- dôsledky popísanej situácie
- Dôkazy pre uvedené dôvody

■ Ukončenie:


- zhrnutie – ponuka, návrh, žiadosť
- zdvorilostné vyjadrenie
- pozdrav



Ďakujem za
pozornosť!

Kolečko...





Stratégia môjho rozvoja



■ ...

■ ...

■ ...



■ ...

■ ...

■ ...

Akčné kroky: *(Kedy a ako konkrétne uplatním)*

Akčné kroky: *(Kedy a čo konkrétne zmením)*

Tento projekt sa realizuje vďaka podpore z Európskeho sociálneho fondu v rámci

Operačného programu Zamestnanosť a sociálna inklúzia.

Viac informácií nájdete na: www.esf.gov.sk a www.sia.gov.sk.

„Priestor na Vašu príležitosť“.

Ďakujem za pozornosť

Predajný poradenský proces

Yvona Ragasová

