



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

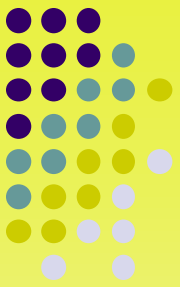
INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Škola:	Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9
Projekt MŠMT ČR:	EU PENÍZE ŠKOLÁM
Číslo projektu:	CZ.1.07/1.5.00/34.0536
Název projektu školy:	Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice
Šablona V/2:	Inovace a zkvalitnění výuky směřující k rozvoji odborných kompetencí žáků středních škol
Číslo šablony:	VY_52_INOVACE_ODV_846
Předmět:	Odborný výcvik
Tematický okruh:	Prodej zboží a technika prodeje
Autor, spoluautor:	Andrlíková Mária
Název DUMu:	Technika prodeje - vedení rozhovoru
Pořadové číslo DUMu:	02
Stručná anotace:	
Prezentace je zaměřena na vedení rozhovoru se zákazníkem, používání kladných, záporných otázek a ujišťujících výrazů při prodeji. Žáci si procvičí vedení rozhovoru se zákazníkem.	
Ročník:	1.
Obor vzdělání:	66-41-L/01
Metodický pokyn:	Výklad při prezentaci, nácvik rozhovoru.
Výsledky vzdělávání:	Žák pracuje samostatně u zadaných úkolů a procvičí komunikaci se zákazníkem. Vytváří kladné a negativní otázky spojené s prodejem.
Vytvořeno dne:	18.12.2012
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	



Technika prodeje

Vedení rozhovoru se zákazníkem



- ❑ Nepoužívat negativní výroky
- ❑ Nepřerušovat zákazníka
- ❑ Neodporovat zákazníkovi
- ❑ Vyhýbat se sporům
- ❑ Dobře znát přednosti nabízených výrobků
- ❑ Omezit odborné výrazy
- ❑ Vyhnout se ujišťujícím slovům

1. Nepoužívat negativní výroky



Při nabídce zboží se vyhýbáme těmto výrokům.

- ❑ „Nepotřebujete také?“
- ❑ „Nechcete se podívat?“
- ❑ „Nechcete zkusit?“



Slovo „ne“ má negativní účinek - zákazník odpovídá „ne.“



2. Používání kladných otázek

Platí, že formulujeme pozitivní otázky
například:

- ❑ „Rád bych Vám poradil při výběru vysavače.“
- ❑ „Mohl bych Vám předvést různé typy vysavačů.“
- ❑ „Budete si chtít přístroj sám vyzkoušet ?“
- ❑ „Vidím, že vybíráte nový vysavač.“
- ❑ „Vidím, že vás zaujal tento spotřebič.“

Doporučíme zákazníkovi i příslušenství.

3. Neodporujeme zákazníkovi a zákazníka nepřerušujeme.



Platí přísloví: „Zákazník má vždy pravdu.”

- ❑ Neodporujeme zákazníkovi, odporování vede ke sporům a zákazníka ztratíme.
- ❑ Zákazníkovi se snažíme dobře poradit.
- ❑ Přerušování zákazníka zmate a reaguje pak podrážděně.

4. Znáť přednosti výrobku, omezit odborné výrazy



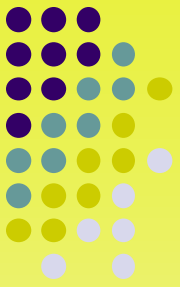
- Většina zákazníků nemá přehled o výrobku a neovládá odbornou řeč.
- Užíváme-li odborné výrazy, musíme je zákazníkovi vysvětlit.
- Ujistíme se, že zákazník nám rozumí, co mu sdělujeme.

5. Nepoužívat ujišťující výrazy



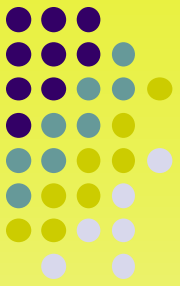
- ❑ Vyvarujeme se ujišťujícím slovům např.:
- ❖ „Garantuji Vám, že tento výrobek je nejlevnější.”
- ❖ „Musíte mi věřit, že výrobek je nejlepší.”

Pracovní úkoly:



- Napište negativní výroky při nabídce, zaměřte se na různé sortimenty zboží.

- -----
- -----
- -----
- -----



Pracovní list:

Napište pozitivní otázky při nabídce potravinářského zboží.



Pracovní list:

- ❑ Vyberte si různé výrobky textilního zboží a formulujte tzv. ujišťující slova.

❑ -----

❑ -----

❑ -----



Citace a použité materiály:

- Fotografie z prodejny K+B expert České Budějovice

