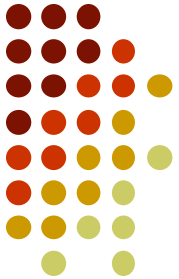
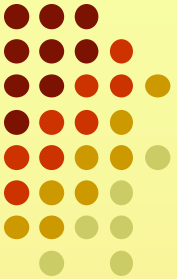


Škola:	**Střední škola obchodní, České Budějovice, Husova 9**
Projekt MŠMT ČR:	**EU PENÍZE ŠKOLÁM**
Číslo projektu:	**CZ.1.07/1.5.00/34.0536**
Název projektu školy:	**Výuka s ICT na SŠ obchodní České Budějovice**
Šablona V/2:	**Inovace a zkvalitnění výuky směřující k rozvoji odborných kompetencí žáků středních škol**
Číslo šablony:	VY_52_INOVACE_ODV 845
Předmět:	Odborný výcvik
Tematický okruh:	Prodej a technika prodeje
Autor, spoluautor:	Andrlíková Mária
Název DUMu:	Technika prodeje – zahájení rozhovoru
Pořadové číslo DUMu:	01
Stručná anotace:	
Materiál seznamuje žáky s technikou prodeje a zahájení prodejního rozhovoru ve cvičné prodejně. Úprava prodavačů v různých prodejnách. Vyzkoušení techniky prodeje.	
Ročník:	1.
Obor vzdělání:	66-41-L/01 Obchodník
Metodický pokyn:	Výklad při prezentaci, nácvik prodejního rozhovoru.
Výsledky vzdělávání:	Žák vypracuje zadané úkoly. V prodejně nacvičí techniku prodeje a zhodnotí vystupování, úpravu a způsob mluvy prodavačů v různých sortimentech prodejen.
Vytvořeno dne:	18.12.2012
Pokud není uvedeno jinak, uvedený materiál je z vlastních zdrojů autora.	

Technika prodeje

Zahájení rozhovoru



Dobrý kontakt se zákazníkem je pro prodavače důležitý.

Každý zákazník, který vstoupí do obchodu si utváří úsudek.

Chceme, aby zákazník naslouchal a zaujal vůči nám pozitivní postoj.

První dojem

Zákazník si vytváří vlastní úsudek z prvního dojmu

K tomu přispívá:

- Zařízení obchodu, osvětlení, hlučnost
- Pořádek, čistota
- Přehledné členění zboží
- Označení a popisky zboží
- Postoj personálu

První osobní dojem

Od prvního okamžiku, jsme zákazníkem hodnoceni:

- Oblečení
- Úprava
- Kontakt očí
- Přívětivost
- Způsob mluvy
- Vystupování

Pozdrav

Pozdrav je přátelský, nesmí být dotěrný.

- Zákazníky neoslovujeme hned ve dveřích.

Mají pocit, že jim chceme něco vnutit.

- Zákazníci, kteří se po příchodu na nás neobrátí, chtějí se většinou rozhlédnout.
- Můžeme je informovat, že jim odborně poradíme.
- Personál se mezi sebou nebaví.

Způsob vyjadřování

- Se zákazníkem komunikujeme přirozeně

Získáme si tím jeho důvěru.

- Omezujeme odborné výrazy.

Zákazníci nemají přehled a neovládají odborné pojmy, může se stát, že zákazník nám nebude rozumět.
Ujistíme se předem, že zákazník rozumí všemu, co mu sdělujeme.

Pracovní úkoly v prodejně:

- 1. Jaká by měla být úprava prodavače v různých sortimentech prodejny?

- 2. Co působí na Váš první dojem, když vstoupíte do prodejny?

- 3. Vyzkoušejte si v prodejně komunikaci se zákazníkem.

Citace a použité materiály:

- Klipart sady Microsoft Office
- Fotografie z prodejen