



European
School
of Business
& Management



SYLABUS MODULU

7. Prodejní dovednosti

Lektor: Mgr. Jiří Kocich, MBA

Anotace modulu:

Velmi silná konkurence dodavatelů, sílící požadavky odběratelů a růst technické a technologické náročnosti mnoha oborů vyžadují změny v chování subjektů v zájmu jejich prosperity, udržení se a přežití. Je nutné změnit dosud klasický přístup i způsob komunikace se zákazníky v prostředí B2C i B2B. V prostředí B2B jde pochopitelně o procesy náročnější. Komunikace, znalosti a pochopení procesů, předvídání vývoje oborů i požadavků konečných odběratelů jsou stále více důležitými aktivitami generující konkurenční výhodu. Jiný pohled na komunikaci s odběratelem může přinést nové možnosti spolupráce a zajištění úspěchu subjektů na trhu.

Cíl modulu:

Cílem modulu je seznámit studenty s přípravou obchodního procesu a vytvoření tzv. neodmítnutelné nabídky. Dále pak s rolí obchodníka, s image a jednáním obchodníka a s moderními prodejními technikami. V modulu se studenti dozvědí o jednotlivých fázích prodejního cyklu, jak je pomocí různých technik zdokonalovat a jak zlepšovat své prezentační a prodejní dovednosti. Studenti zjistí své silné a slabé stránky vlastního prodejního stylu a osvojí si důležité principy prodejní komunikace.

Modul rozvíjí a pomáhá zdokonalit již naučené a známé prodejní schopnosti. Díky modulu se studenti dozvědí, jak nalézt nové prodejní argumenty a jak dosáhnout zvýšení celkového prodeje ve společnosti. Studentům bude představena struktura obchodní schůzky, strategie jednání s různými typy klientů a dozvědí se také, jak efektivně prezentovat svoji nabídku.

Literatura:

1. BENDER, Peter Urs a Eric HELLMAN. *Niterný leadership*. Praha: Management Press, 2002. ISBN 80-7261-069-4.
2. BURNETT, Ken. *Klíčoví zákazníci a péče o ně: koncepce, metody a postupy, jak utvářet a řídit vztahy s klíčovými zákazníky*. Praha: Computer Press, 2002. Business books (Computer Press). ISBN 80-7226-655-1.
3. FILIPOVÁ, Alena. *Umění prodávat*. 3., dopl. a aktualiz. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3511-5.
4. JEMELKA, Jiří. *Prodej: dřina nebo hra*. Praha: Grada, 2013. ISBN 978-80-247-4805-4.
5. KHELEROVÁ, Vladimíra. *Komunikační a obchodní dovednosti manažera*. 3., dopl. vyd. Praha: Grada, 2010. Poradce pro praxi. ISBN 978-80-247-3566-5.
6. KONOPÁČ, Miroslav. *Prodávejte jako ti nejlepší!: osvědčené tipy a triky pro prodejce a obchodní zástupce*. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-271-0166-5.
7. LIMBECK, Martin. *Velká kniha o prodeji: [nový hardselling - staňte se jedničkou na trhu]*. Praha: Grada, 2014. ISBN 978-80-247-4095-9.
8. NECKAŘ, Petr, David KOLÁŘ a David JANEČEK. *Průvodce úspěšného obchodníka*. Praha: Grada Publishing, 2019. ISBN 978-80-271-2218-9.
9. ULČIN, Peter. *Jak prodávat, aby od vás kupovali: průvodce úspěšného obchodníka*. Přeložil Petr SOMOGYI. Praha: Grada Publishing, 2016. ISBN 978-80-247-5727-8.