



Jak řídit prodej, když zákazníci přestávají kupovat

Na objednávku - Prodej a jednání se zákazníky

Nenakupují tak často.

Před každým nákupem dlouze přemýšlejí.

A když se k nákupu rozhodnou, tlačí vás do slev.

Pokud v tomto popisu poznáváte i vaše zákazníky, nejste sami.

Nákupní zdrženlivost zákazníků postihla v poslední době řadu firem.

Někteří už ale přišli na to, jak ji překonat.

A na speciálním semináři „Jak řídit prodej, když zákazníci přestávají kupovat“ se dozvíte konkrétní postupy a metody,

kteří pomohou udržet prodej a ziskovost v době poklesu poptávky i ve vaší firmě.

Jak vám tento seminář pomůže v každodenní praxi

Jak se projevuje recese na nákupních preferencích

- Co způsobuje nezájem zákazníků o vaši nabídku
- Proč „odmítají“ nakupovat podniky i jednotlivci
- O co se snaží tím, že ruší nebo oddalují nákupy
- Které obory jsou zasaženy více, které méně a na jaké zákazníky se tedy zaměřit

Jak se mění chování zákazníků... a jak na to reagovat

- Z čeho mají zákazníci obavy a jak na ně odpovědět
- Jak využít skutečnou hodnotu a nákladové úspory k prodeji
- Jaký typ úspor má pro zákazníky nejvyšší hodnotu
- Jak se projevuje poptávka po vyšší „bezpečnosti“ nákupu

Co při poklesu poptávky zabírá a co ne

- Která opatření jsou v době poklesu neúčinná
- Jaké reakce se určitě vyvarovat a proč
- Na jaké tři veličiny se zaměřit, aby váš zisk neklesal
- Jakým pravidlem se řídit při posuzování objemu prodeje, stanovení cen a poskytování slev

Které „účinné“ recepty proti krizi dnes nefungují

- Kdy je vhodné snižovat cenu a kdy spíše objem nabídky
- Kdy se zaměřit na snižování nákladů a kdy na zvyšování prodeje
- Jak provést promyšlené snižování nákladů
- Jak zabránit škrtání na nesprávných místech
- 6 chyb, kterých se během krize vyvarovat

Jaké postupy přinesou okamžité výsledky

- Jak v očích zákazníků snížit rizika a zvýšit jejich zájem
- Jakým postupem zvýšit pozitivní zkušenost s vašimi produkty
- Na co se zaměřit při prezentaci přínosů
- Odkud brát nové zákazníky a kde je najít
- Komu a kdy nabídnout nestandardní platební podmínky
- Jak změnit tzv. „obchodní model“ a které varianty se osvědčily

Jaké postupy přinesou výsledky trvale

- Jaký typ prodeje a přístup k zákazníkům posílit
- Jakými postupy zvýšit výnosy z jednotlivých zakázek
- Které položky přidat do vaší nabídky (a které odstranit)
- Kdy a jak správně zlevňovat, abyste se nepřipravili o zisk
- Které ceny v době poklesu poptávky naopak zvyšovat
- Jak využít vaši nabídku služeb ke zvýšení zisku

Jak se připravit na opětovný růst poptávky

- Jaké změny očekávat ve struktuře zájmu zákazníků
- Jak se projeví zájem o vyšší bezpečí nákupu
- Jaké změny očekávat v poptávce o levné či naopak drahé zboží a služby
- Jak vás ovlivní vznik „ultralevného segmentu“ a jak se na něj připravit

Jak hodnotí účastníci předchozí semináře tohoto lektora

"Styl přednášení, zpracování textového materiálu k semináři, příklady z praxe podané zábavnou zapamatovatelnou formou." Jaroslav Meduna

"Přednášející + téma. Skvěle popsané konkrétní tipy a rady, použitelné v praxi." Tomáš Kroča

"Poutavý výklad lektora, příklady z praxe, upozornění na časté chyby, kterých se prodejci často dopouštějí, návrhy řešení." Věra Koníčková

Objednejte si tento seminář pouze pro vaše pracovníky

Pokud chcete v této oblasti zdokonalit více pracovníků najednou, tento seminář (nebo jemu podobný) můžeme uspořádat i v termínu a místě, které si určíte sami a pouze pro vaše pracovníky. (K dosažení efektivního přínosu stačí pro realizaci semináře již skupina 8 - 12 účastníků.) Zatelefonujte na 585 227 076 nebo napište na namiru@cvc.cz a my pro vaše pracovníky připravíme nezávazný návrh

vzdělávacího programu "na míru".

- Typ: [Prodej a jednání se zákazníky](#)
- Úroveň: [Nevyžaduje předchozí znalost tématu](#)
- Cena semináře: Na vyžádání

Přihlášení na seminář

Jak řídit prodej, když zákazníci přestávají kupovat

[+420 585 227 076](tel:+420585227076)