



# Ofenzivní marketing: Jak zaútočit na konkurenci a při stejném úsilí prodávat více

Na objednávku - Prodej a jednání se zákazníky

Myslíte si, že by některý z vašich konkurentů mohl ohrozit i vaši firmu?

A nebylo by lepší, kdyby to bylo obráceně: zákazníci ztratí vaše konkurence... a vy budete tím, kdo je získá?

Po absolvování speciálního semináře **"Ofenzivní marketing: Jak zaútočit na konkurenci a při stejném úsilí prodávat více"** budete vědět, jak to udělat. Uslyšíte, jak využít skrytých rezerv vaší firmy, poznáte, jak získat nové zákazníky a dozvíte se, jak bez zvýšeného úsilí trvale zvyšovat tržby.

Pod vedením lektora se zkušenostmi z České republiky, USA, Kanady a západní Evropy se na semináři dozvíte...

## 1. Jak najít ve vaší firmě skryté rezervy

Zjistíte, jak se bránit "pasivitě úspěchu". Uslyšíte, jak vytvořit příležitosti pro vznik nových nápadů. A naučíte se je vyhledávat.

## 2. Jak dosáhnout vyšších tržeb

Dozvíte se, co musíte před zahájením prodejního útoku udělat. Poznáte, jak vám tato příprava usnadní práci v budoucnosti. A zjistíte, jak vám pomůže úspěšně zvládnout každodenní rozhodování.

## 3. Jak se pojistit informacemi

Uslyšíte, jak a kde hledat informace, které potvrdí nebo vyvrátí správnost vašeho rozhodnutí. Zjistíte, že mnoho z těchto informací již máte... a neumíte je jen správně "přečíst". A poznáte, jak hodnotit vaše produkty z pohledu zákazníka.

## 4. Jak vybrat "útočné" produkty budoucnosti

Zjistíte, jak rozlišit mezi vašimi produkty podle ziskovosti, prodejního potenciálu a růstu. Uvidíte, jak vybrat "útočné" produkty. A dozvíte se, jak výrazně se jim věnovat.

## 5. Jakou zvolit strategii

Dozvíte se, jak z vašich představ vytvořit "plán útoku". Uslyšíte, jakých chyb se zde vyvarovat. A zjistíte, proč na tom není nic složitého.

## 6. Jak využít vaše "zbraně"

Získáte pět konkrétních nástrojů, které vám pomohou zvyšovat tržby. A dozvíte se, jak do své snahy zapojit i vaši "armádu" pracovníků.

Program semináře:

### Kde hledat a jak odhalit skryté rezervy

- Proč je "pasivita úspěchu" jistým začátkem konce firmy
- Co je nutné udělat pro dlouhodobé přežití
- Proč se musí z vaší firmy stát "živý organismus" a jak toho dosáhnout

### Jak můžete vyšší tržby s jistotou "naplánavat"

- Proč musíte už dnes vědět, jak bude vaše firma vypadat za pět nebo deset let
- Proč nelze bez představy přežít a kdo je toho příkladem
- Jak poznat, zda je vaše představa zdravá
- Jak z představy vyplynou marketingové cíle
- Jak znalostí cíle určit směr
- Jak korigovat vaše představy s možnostmi reality

### **Jak si pojistit úspěch průzkumem a informacemi**

- Jak vám průzkum pomůže určit priority
- Na co se při průzkumu zaměřit uvnitř i vně vaší firmy
- Co jsou "informační instinkty" a proč jsou důležité pro přežití
- Jak odhalit skutečné motivátory poptávky po vašich produktech
- Jak hodnotit vaše produkty z pohledu ceny a přínosu... pro zákazníka

### **Jak vybrat "produkty budoucnosti"**

- Jak se dívat na vaše produkty pohledem ofenzivního marketingu
- Jak vám při výběru "útočných produktů" pomůže rozdělení na sortimentní položky
- Co je krycí příspěvek a jaký má vliv na tržby
- Proč existuje několik druhů zisku a jaký použít pro vnitřní analýzu firmy
- Jak prostřednictvím sortimentního kříže analyzovat vaše produkty a jejich schopnost konkurence
- Co je nosný sortiment, sortiment budoucnosti, výběrový sortiment a jak ovlivňují tržby
- Jak sledováním "vnitřního času" zabránit skladům přeplněným neprodejným zbožím
- Jak poznat růstový potenciál

### **Jak vytyčit trasu k prosperitě**

- Jaké poznat podstatné informace pro ofenzivní marketing a jak je využít
- Jak připravit plán útoku
- Proč plánovat od jednotlivostí k celku a ne naopak
- Jakou pozornost věnovat "produktivním" a "útočným" produktům
- Proč je "marketingový plán" nepřesným výrazem a co je ve skutečnosti jeho výstupem
- Co je "MIS" a jak vám pomůže při tvorbě útočné strategie
- Proč se neobejdete bez "manažerského účetnictví" a jak jednoduché je jeho zavedení

### **5 taktických zbraní pro dosažení vyšších tržeb**

- Jak vám Paretův princip pomůže vytvořit konkrétní plán "úderu"
- 4 parametry produktu, které rozhodnou o úspěchu
- V čem spočívá princip ofenzivní cenové strategie
- Co je "objemová citlivost" a jak ji využít při tvorbě ceny
- Proč se distribuce netýká jenom zboží
- Jak využít vlivu reklamy a propagace
- Jak vybírat, trénovat a motivovat vaši "armádu" pracovníků a obsadit jimi důležité pozice
- Jak si ověřit, že váš postup je správný... a nebát se jej podle situace měnit
- Jak vybírat, motivovat a trénovat obchodníky, kteří nebudou nabízet, ale prodávat
- Jak si ověřit, že postupujete správným směrem... a nebát se jej změnit

# Jak jsou se seminářem spokojeni lidé, kteří jej již absolvovali

"Líbil se mi věcný, zajímavý a místy i humorný výklad lektora." Jiří Cetl

"Seminář výrazně předčil má očekávání. Nejvíce mě zaujal zajímavý výklad lektora, protkaný mnoha praktickými příklady." Martin Myslivec

"Nejvíce jsem ocenil množství praktických příkladů." Ing. Jiří Hlava

"Každému, kdo chce být v obchodě úspěšný, doporučuji účast na tomto semináři. Nebude zklamán a pro svou praxi si odnese nové poznatky a podněty." Miloslav Langer

## 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](mailto:namiru@cvc.cz) a my pro vaše pracovníky připravíme nezávazný návrh vzdělávacího programu "na míru".

- Typ: [Prodej a jednání se zákazníky](#)
- Úroveň: [Předchozí znalost tématu výhodou, ale není nutná](#)
- Cena semináře: Na vyžádání

Přihlášení na seminář

Ofenzivní marketing: Jak zaútočit na konkurenci a při stejném úsilí prodávat více

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