



Sám sebou a přitom zákazníky žádaný: Jak bez frází a bez přetvářky získat víc nadšených zákazníků než falešnými úsměvy

Na objednávku - Pracovní efektivita a sebemotivace

Slyšíte to od nich každý den:

"Rád bych vám nabídnul blablabla..."

"Má to tu výhodu, že blablabla..."

"A nejlepší na tom je, že blablabla..."

Dotyčný se vám snaží odprezentovat svou nabídku.

Ale vy slyšíte jen "blablabla".

Smutné přitom je, že totéž bohužel "slyší" i vaši zákazníci.

Proč?

Jakmile totiž moderní zákazník slyší prodejní fráze, přestane poslouchat.

Jakmile vycítí, že říkáte všem totéž, vypne vnímání.

A jakmile získá pocit, že jen "prezentujete", odradíte ho navždy.

Koupit to přitom chce (jinak by se o to nezajímal).

Ale objednávku dá až tomu, komu skutečně uvěří:

Nejlepší výsledky nemají tedy vystajlovaní hezouni nebo umělohmotné barbíny.

Zákazníci dnes požadují opravdovost, skutečný zájem a otevřenost.

Tedy žádnou přetvářku či prázdné fráze.

A když zjistí, že sice nejste dokonalí, ale nesete svou nabídku i srdce na dlani, dají přednost právě vám.

Upřímnost a otevřenost přitom neznamená, že máme veřejně prát špinavé prádlo. Že máme nadávat na šéfa. Nebo že máme každému tykat a chovat se jako staří kamarádi.

Zákazníkově rozhodnutí, že chce dát právě na vaše doporučení, pramení z celého vašeho postoje

... a vysvětlení toho, jak se zbavit dinosaurů návyků a uspět před moderními zákazníky, se dozvíte na speciálním semináři "[Sám sebou a přitom zákazníky žádaný: Jak bez frází a bez přetvářky získat víc nadšených zákazníků než falešnými úsměvy](#)".

Jak vám tento seminář pomůže v každodenní praxi

Na semináři se například dozvíte:

- Jak se liší dnešní zákazníci od těch včerejších
- Co je pro moderní zákazníky důležitější víc než cena
- Co považují moderní zákazníci za podstatné (a co ne)
- Kdy nás bude moderní zákazník vnímat (a kdy ne)
- Co od nás očekává dnešní zákazník (a kdy je ochoten tolerovat nedostatky)
- Čím si můžeme k modernímu zákazníkovi navždy otevřít (nebo zavřít) dveře

Dozvíte se také:

- Kolik toho prozrazujeme o sobě a svých pocitech, aniž bychom promluvili
- Jak k nám mlčky mluví i zákazníci, dodavatelé a ostatní (a jak to číst)
- Proč je první dojem stále důležitý (stejně jako ten druhý)
- Kdy a jak prozradí naše řeč těla, co si skutečně myslíme (a schováváme)
- Jak číst rozdíly mezi řečí těla mužů a žen (a kdy totéž znamená něco jiného)

Dále uslyšíte:

- Kdy vznikne u zákazníka pocit, že nám může věřit
- Jak ovlivňujete své chování vnitřním postojem (a co může být příčinou)
- Z čeho zákazník pozná, že nabídce sami nevěříme (a jak to změnit)
- Kdy není ostudou přiznat své nedostatky nebo neznalost
- Jaký vliv má na zákazníky uznání chyby nebo neznalosti
- Jak si zkontrolovat, zda říkáme slovy, tělem, chováním a postojem totéž

Na semináři také zjistíte:

- Jak působí na ostatní naše "prezentace"
- Kolik z toho, co říkáme, zákazníci skutečně zajímá (překvapení!)
- Kdy stačí říct jen desetinu a přesto zákazníka přesvědčit
- Jak vybrat argumenty, které použít (a které naopak nezmiňovat)
- Jak autenticky reagovat na nepříjemné otázky
- Podle jakých reakcí zjistit, zda nás zákazník sleduje a chápe
- Čím doplnit naše vysvětlení, pokud jsme zákazníka ztratili

A ještě se dozvíte:

- Proč zákazník slyší vždy jen část toho, co mu říkáme
- Jak si lidé vybírají, co budou vnímat (a co ne)
- Kdy má smysl opakovat (a jak, abychom nezněli jako kolovrátek)
- Jak rozpoznat, že "porozuměl, pochopil a vstřebal"
- Kterých "dinosauřích" prodejních frází se určitě zbavit
- Jak vycítit, že zákazník nechápe či nesouhlasí (a zda se zeptat na důvody)
- Čím kdykoliv odradit zákazníka od další spolupráce
- Jak bude zákazník sledovat naše další chování a na co nezapomenout

Komu je tento seminář určen

Tento seminář je určen obchodním zástupcům, prodejčům, dealerům a firemním reprezentantům, kteří cítí, jak se zákazníci a jejich požadavky mění... a nechtějí skončit jako prodejní dinosauři

(těžkopádní, zastaralí a neefektivní). Na semináři se dozvědí, jak opustit zajaté koleje nátlakových prodejních technik. Připomenou si, jaké pocity mívají z jednání s různými prodejci oni sami. A pochopí, jak s moderními zákazníky jednat tak, aby si získali jejich důvěru a zákazníci dali na jejich doporučení.

Jak hodnotí lektorku účastníci předchozích seminářů

"Pestrost, dobrá atmosféra, kolektivní práce, diskuse, osobnost lektora." Alena Bartoňová

"Velmi dobrá forma "škola hrou" - názornost, praktické kroky atd." Lubomír Jedlička

"Aktivní účast, příjemná lektorka, malý počet účastníků." Markéta Kašíčková

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: [Pracovní efektivita a sebemotivace](#)
- Úroveň: [Nevyžaduje předchozí znalost tématu](#)
- Cena semináře: 2 950 Kč bez DPH

Přihlášení na seminář

Sám sebou a přitom zákazníky žádaný: Jak bez frází a bez přetvářky získat víc nadšených zákazníků než falešnými úsměvy

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