



Účinná argumentace: Jak vdechnout vašim argumentům novou energii, při které se lidem (konečně) rozsvítí

Na objednávku - Prodej a jednání se zákazníky

Taky vás štve, že to těm lidem vysvětlujete, ale oni to pořád \$@#!& nechápou?!

Pak si tam ale nakráčí nějaký navoněný týpek nebo slečinka. Řeknou jim TO SAMÉ co vy (jen jinými slovy) ... a lidi najednou začnou přikyvovat a souhlasit s nimi?

Říkáte si:

Vždyť jim ale nenabídlí nic lepšího než já.

Vždyť jim neřekli nic nového.

Vždyť jsem jim to sám už dávno říkal.

Jenže:

Na vaše slova nereagovali.

Na ty jejich ano.

A nepoužili přitom žádná kouzla:

Našli jen v mysli toho druhého citlivé místo.

Vybrali slova a argumenty, které řaly do živého.

A zatímco argumenty ostatních hned vylétly ven, ty jejich - pouhou změnou slov - vyvolaly zájem.

Stejně účinný postup přitom můžete používat i vy a vaši kolegové:

Intenzivní trénink, jak proměnit standardní (nudné) informace v argumenty, které zaberou a přesvědčí, zažijí totiž na speciálním tréninku [Účinná argumentace: Jak vdechnout vašim argumentům novou energii, při které se lidem \(konečně\) rozsvítí](#).

Na semináři se dozvíte:

Tsunami námitek odolá jen pevnost s hlubokými základy

- Které (jednoduché) nástroje zapojit do přípravy své argumentace
- Jak využít kritické myšlení, logiku i známé protinázory
- Čím a jak svá tvrzení, nápady a návrhy podpořit
- Jak váš posluchač rozlišuje mezi tvrzením a argumentem
- Co na druhou stranu zabere... a co naopak pustí druhým uchem ven
- Jak pochopit argumentační miský vah a jak je hodnotí náš protějšek

V argumentačním harampádí se posluchač přehrabovat nebude

- Jak argumenty správně spojovat a vršit, aby se jejich účinek nesčítal, ale násobil
- Jak dát naší argumentaci strukturu a logiku
- Jak budovat z jednoduchých myšlenek tzv. argumentační schody
- Jak se mění účinnost téhož argumentu podle okolností
- Kdy toho říct druhé straně málo, kdy víc a kdy maximum
- Kdy použít tzv. cílené sdělení a co tím dosáhnete

Pravda, lež, slzy, hrozby: Argumentační drama několika dějství

- Kdy plně (ne)věřit argumentům vašeho protějšku
- Jak správně rozebrat a vyhodnotit, co tvrdí druhá strana
- Jak reagovat na emotivní výroky a dramatické scény
- Kdy (ne)využít v argumentaci emoce (a udržet ty své)
- Z jakých ingrediencí se skládá "správná" argumentace (která zabírá)
- Jak se bránit a ubránit manipulaci

Opakovat stále stejné neúčinné argumenty je přece šílenství

- Co jste říkali dříve... a co budete říkat teď
- Jaké chyby děláte ve své argumentaci (vyzkoušíte si to)
- Které argumentační postupy jsou dopředu prohrané
- Jak je poznáme a jak se jim můžeme bránit
- Jak budovat a pečovat o sbírku argumentů, které fungují

Kdo by se měl semináře zúčastnit

Tento seminář je určen všem pracovníkům, kteří ve vaší firmě jednají se zákazníky, úředníky nebo dodavateli a mají za úkol něco zařídit, vyřešit, sehnat, prodat nebo domluvit. Druhá strana si je totiž sice vyslechne, ale razítko/peníze/potvrzení/souhlas/energii vydá jen tehdy, pokud uslyší argumenty, které jej přesvědčí. Každá situace si přitom žádá jiný přístup a právě na tomto semináři se dozvíte, jak své argumenty vyhodnotit, které vybrat a jak je poskládat tak, aby odpor spadl jako domino a vy tak získali volnou cestu.

O kolik zase přijdete tím, že nevymyslíte argument hned na místě?

Možná se to stalo i vám: Vráťte se z jednání se zákazníkem, dodavatelem, šéfem či úředníkem a TEPRVE pak si uvědomíte, co jste měli říct. Čím byste toho druhého přesvědčili. A na co by slyšeli. Jenže... schůzka už skončila, rozhodnutí padlo, následky jsou dány. A sami víte, o jakou příležitost jste se tenkrát připravili. Pokud se chcete podobným ztrátám vyhnout, na semináři uslyšíte, jak své argumenty připravit tak, abyste vždy měli po ruce ten správný. A aby vám nedostatek argumentů už nikdy nezhatil příležitost, na kterou jste tak dlouho čekali.

Jak hodnotí lektorku ostatní účastníci

"Informace byly podány výbornou formou, skvělá lektorka. Možnost zapojení do rozhovoru, spousta příkladů na dané téma přímo z praxe. Malý počet lidí na semináři." Pavlína Petrovičová

"Líbil se mi rozbor psychologických typů lidí a jejich jednání v souvislosti s metodou efektivního získání svých (firemních) peněz." Jitka Mišingerová

"Praktické příklady, komunikace ve skupině, výměna názorů, typologie." Zuzana Sobolová
"Na semináři se mi líbilo řešení situace kdy nám klient dluží, typologie, seminář celkově." Jakub Příklad

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: 2 950 Kč bez DPH

Přihlášení na seminář

Účinná argumentace: Jak vdechnout vašim argumentům novou energii, při které se lidem (konečně) rozsvítí

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