

## Ovlivněte rozhodování, aby přineslo oboustranný prospěch

Podle průzkumu\* mezi obchodními řediteli je pouze u jedné z šesti obchodních prezentací pravděpodobné, že povede k uzavření obchodu. U mnoha obchodníků, včetně zkušených profesionálů, můžeme vysledovat dva důvody, proč k uzavření obchodu nedojde:

1. Obchodníci prezentují způsobem, kterým obchodní cyklus spíše otevírají, místo aby prezentací napomohli obchod uzavřít.
2. Prezentace obsahují hodně informací, ale nevedou klienta ke konkrétním rozhodnutím.

Jak prezentace končí? „Děkujeme za prezentaci“, „budeme o tom uvažovat“, nebo „mohli byste nám dát některé snímky z prezentace?“ Nedojde vůbec k žádnému rozhodnutí.



### ŘEŠENÍ

Použijete-li vhodné přesvědčovací dovednosti, podaří se vám efektivněji ukázat, jak vaše řešení pomůže klientovi dosáhnout toho, o co usiluje a co potřebuje. V tomto programu se naučíte, jak systematicky uzavírat více obchodů tím, že budete uplatňovat dovednosti těch nejlepších obchodníků.

#### Co odlišuje ty nejlepší:

- Prodávají s úmyslem dosáhnout prospěchu pro obě strany.
- Při každém setkání s klientem vytvářejí dobré podmínky pro jeho rozhodování.
- Věnují méně času proslovům ke klientovi a více času diskusi o rozhodnutích, která nejlépe pomohou naplnit klientovy potřeby.
- Drží se jednoduchého a spolehlivého postupu pro dobré rozhodování.

#### NAŠI KLIENTI DOSÁHLI:

Nárůst úspěšně uzavřených obchodů o

**41 %**



ZVÝŠENÍ VÝNOSŮ O

**54 milionů**

...a mnohem více!

\*CSO (Chief Sales Officer) Insights 2011

# PŘÍNOSY SEMINÁŘE

Na semináři účastníci zvládnou:

## ZÓNA UZAVŘENÍ OBCHODU

(75 minut)

 HODNOCENÍ PŘIPRAVENOSTI

- Pečlivě připravit každý kontakt s klientem, aby ovlivnil a usnadnil rozhodovací proces.
- Cíleně směřovat rozhodovací proces klienta k přijetí konečného rozhodnutí.

## URČETE POTŘEBNÉ ROZHODNUTÍ

(55 minut)

- Určit, které jedno rozhodnutí by měl klient udělat na konci jednání.
- Zajistit, aby toto rozhodnutí bylo v nejlepším zájmu klienta, aby bylo jedinečné a bylo přijatelné, i pokud klient rozhodne „ne“.

## NAPLŇTE KLÍČOVÁ PŘESVĚDČENÍ KLIENTA

(40 minut)

- Prokázat schopnost uspokojivě potvrdit klíčová přesvědčení klienta.
- Připravit odpovídající sdělení, která umožní klientovi přijmout potřebné rozhodnutí.

## ZVLÁDNĚTE NÁMITKY

(130 minut)

 PRACOVNÍ KARTY

- Vnímat námítky jako příležitost, ne jako hrozbu.
- Uplatňovat promyšlený tříkrokový postup ke zvládnání námitek.

## PŘIPRAVTE PODMÍNKY PRO DOBRÉ ROZHODOVÁNÍ

(70 minut)

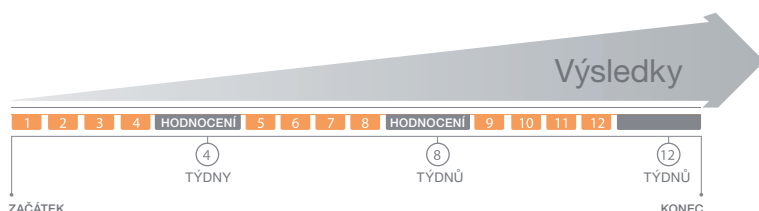
 PLÁN UZAVŘENÍ OBCHODU

 PRACOVNÍ PLÁN NA 12 TÝDNŮ

 VIDEO

- Před každým setkáním s klientem sestavit plán, jak vytvořit podmínky pro dobré rozhodování.
- Zaměřit se na dosažení oboustranného prospěchu.
- Připravit přesvědčivé zahájení a zakončení každého kontaktu s klientem.

## 12TÝDENNÍ PROCES ZAVEDENÍ DO PRAXE



- Po dobu 12 týdnů účastníci každý týden postupně procvičují a stále důsledněji uplatňují v praxi principy, které si osvojí na semináři.
- Účastníci pravidelně informují svého nadřízeného nebo partnera, kterého si zvolili pro vzájemné koučování, o plnění svých závazků.

V případě zájmu o více informací nebo o nezávaznou prezentaci tohoto programu nás kontaktujte na telefonních číslech +420 261 099 342 (375).

### Jednodenní seminář



FC CZECH, s. r. o., zastoupení společnosti FranklinCovey v ČR a SR  
Ohradní 1440/2a | 140 00 Praha 4 | tel. +420 261 099 342 (375)  
info@franklincovey.cz | www.franklincovey.cz | www.franklincovey.sk

### PRACOVNÍ MATERIÁLY PRO ÚČASTNÍKY



- Účastnický manuál
- Pracovní plán na 12 týdnů
- Přístup na webovou stránku s výukovými filmy a nástroji podporujícími zavedení do praxe
- Pracovní karty s přehledy a řešením situací

© FranklinCovey. Všechna práva vyhrazena. Vytvářeno v ČR, 5/2018.