

Seminář Aktivního prodeje B2C



Proč Aktivní prodej

V roce 2004 byl podíl zboží prodávaného v akcích 25 %. Dnes je to přes 60 procent. Starý způsob prodeje, založený především na cenách, se vyčerpává. Řešení ukazuje seminář Aktivní prodej.

Nejenže mají tyto pobídky na zákazníky čím dál tím nižší účinek, ale obchodníci se dostávají do promoční spirály, která je finančně devastuje, ale ze které nejsou schopni vystoupit.

Přichází tedy čas pro nový způsob prodeje. Když se řekne aktivní prodej, většina lidí si představí prodavače, kterým se pusa nezastaví. Ano, i to patří do Aktivního prodeje. Ale není to všechno. Jsou zde další významné složky:

- smyslový marketing
- instinktivní a emoční marketing
- komplexní komunikace

Dosud se informace o jednotlivých oblastech získávaly obtížně. Jednak jsou rozptýleny, jednak se některými z nich, zejména instinktivním marketingem, nikdo do hloubky nezabývá. A chybí i komplexní pohled na jejich využití.

Dobrou zprávou je, že je to minulostí. Na základě více jak 25 let zkušeností a získávání znalostí z těchto oblastí, jsem připravil seminář Aktivního prodeje.

O čem je seminář

Účastníci se na semináři mimo jiné dozvědí:

- jak v prodejně působit na všechny smysly
- jak fungují obranné instinkty, stádní efekt a zrcadlový efekt
- jak využít pravidlo reciprocity
- jak působit na potřebu sounáležitosti
- jak využít potřeba uznání...

a získají informace o využití těchto nástrojů:

Smyslový marketing

- působení na jednotlivé smysly (zrak, sluch, čich, chuť, hmat)
- propojení smyslů s prodejem
- úprava interiérů, smyslový soulad

Instinktivní marketing

- obranné instinkty
- stádní efekt
- zrcadlový efekt
- pravidlo reciprocity
- fungování dopaminu

Emoční marketing

- potřeba sounáležitosti
- potřeba uznání
- potřeba seberealizace

Aktivní komunikace

- komunikace v místě prodeje
- elektronická komunikace
- web a newsletter

Přínosy

Zavedení Aktivního prodeje přináší významné zvýšení tržeb. I když to jistě u každého nebude 100 %, jak už se v jednom případě povedlo, přesto lze očekávat zajímavé navýšení. Seminář Aktivní prodej se tedy v každém případě vyplatí.

Pro koho je seminář

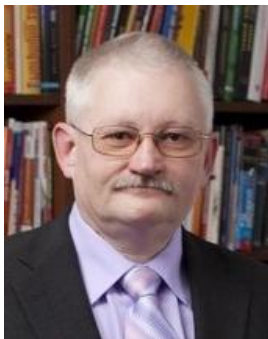
Seminář Aktivního prodeje je určen firmám, organizacím a obchodním aliancím fungujícím v B2C oblasti. Pokud jste samostatní podnikatelé a chcete se zúčastnit jako jedna osoba, domluvte se s dalšími na společném semináři. Jestliže jste členem nějaké aliance nebo družstva, požádejte vedení, ať tento seminář pro vás a další zajistí.

Máte zájem?

Kontaktujte mě na stránce [Seminář Aktivního prodeje](#),
nebo napište na e-mail info@intuitivnimarketing.cz.

Rád se vám budu věnovat a připravím seminář i s ohledem na vaše potřeby.

O mně – kdo pro vás připravil tento seminář



Jmenuji se Miloš Toman a už více jak 25 let se věnuji podpoře malého a středního podnikání a hledání cest ke zvýšení prosperity podnikatelů.

Tak vznikla koncepce *intuitivního marketingu*, založená především na vztazích se zákazníky, loajalitě a způsobu, jak se odlišit od konkurence, zejména té velké.

Nástroje, které jsem objevil a vyzkoušel jsem nejdříve popsal ve dvou knihách: *Intuitivní marketing* (v roce 2016 vyšlo třetí aktualizované vydání) a *Intuitivní reklama*, vydaných nakladatelstvím Management Press. Pak také [v dalších](#)

[knihách](#).

Intuitivní marketing je jedinou českou koncepcí, o níž se učí na vysokých školách a je uváděna v odborných publikacích jako jeden z marketingových směrů. Především však slouží veřejnosti, podnikání.

Přednáším jako lektor v kurzech marketingu, obchodních dovedností, reklamy a managementu, a to jak v České republice, tak ve Slovenské republice. Poskytuji poradenství a školení zejména na téma aktivního prodeje.

Moje biografie je zařazena v prestižní encyklopedii Who is...(v České republice).