

# Aktivní prodej v prodejně

A group of four people, two men and two women, are smiling and standing in a grocery store. The woman in the foreground is wearing a white top and a grey apron. The man to her right is wearing a white t-shirt and a purple plaid shirt. The woman to her left is wearing a white top and a striped apron. The man on the far left is wearing a blue shirt and a tan hat. The background shows shelves of groceries.

Miloš Toman

## Prodejna 21. století

Jak být úspěšný v době, kdy prudce roste konkurence, a to nejen z řad kamenných obchodů, ale také e-shopů? Starý přístup to řeší s pomocí zboží a cen. Ale protože ho používají téměř všichni, konkurenceschopnost nijak neposiluje. Naopak, vede jen k cenovému soupeření a tím snižování efektivity prodeje. V současné době se v průměru 62 % zboží prodává v promocích.

Aktivní prodej, na němž je toto školení založené, vychází ze skutečných znalostí, jak zákazníci myslí a jak se rozhodují. Využívá k tomu jak nejnovější poznatky behaviorálních věd, tak i mé více jak 30leté praktické zkušenosti.

Toto školení vás tedy seznámí s nástroji, které nesnižují marže a zisk, ale naopak zvyšují prodej při zachování současných nákladů na něj.

# Osnova školení

## Nové pojetí prodejny – Proč, Co, Jak

- **proč je důležité vědět PROČ** (*jak poslání a motivace konkrétně ovlivňují ekonomické výsledky*)
- **víte, CO je ve skutečnosti vaším podnikáním?** (*dobré zboží za dobré ceny prodávají všichni, je třeba se odlišit*)
- **JAK to dělat** (*starým přístupem je prodej, novým uspokojení potřeba a požadavků zákazníků*)

## Kultura prodejny

- **prozákaznický přístup** (*jak se prozákaznický přístup odlišuje od přístupu provozního*)
- **nastavení prozákaznických pravidel** (*co se dá zlepšit nebo změnit*)
- **každý z personálu reprezentuje prodejnu a značku** (*jak se chování prodavačů projevuje na vnímání značky*)

## Jak přivést zákazníky zvenku

- **působení instinktů a emocí** (*bariéry, které se z hlediska instinktů a emocí staví zákazníkům do cesty před prodejnu a vstupu do ní*)
- **role výlohy** (*3 faktory, kterými výloha pobídne zákazníky, aby vešli*)
- **odstraňování bariér** (*bariéry fyzické i psychické a jak je odstraňovat*)

## Vytváření zážitku v prodejně

- **řešení odpovídající prozákaznickému přístupu** (*proč je nákupní zážitek důležitý a jak ho poskytovat*)
- **působení na smysly** (*jak se v prodejně projevují jednotlivé smysly a jakým způsobem na ně působit, aby se projevíly zvýšením prodeje*)
- **působení na instinkty a emoce** (*jak se projevuje instinktivní a emoční nastavení lidí a jak na ně působit ve prospěch prodeje*)

## První kontakt se zákazníkem

- **oslovení zákazníka** (*jak oslovit zákazníka tak, aby to nepocítoval negativně, proč je důležitý úsměv*)
- **zásady etikety v prodejním procesu** (*jednoduché zásady etikety v prodejně*)
- **dvoufázový přístup** (*proč je důležitá rozeznávat fázi anonymity a zájmu a jak je od sebe rozeznat*)

## Lidský faktor

- **signály vysílané personálem** (*jaké informace zákazník vyčte z chování prodavačů, řeči, řeči těla atd.*)
- **ekonomická hodnota úsměvu** (*jak úsměv podporuje prodej a jak podpořit prodavače, aby se usmívali*)
- **osobní přístup** (*zásady osobního přístupu k zákazníkovi a jak ho v konkrétní praxi zlepšit*)

## Category management

- **inspirace je účinnější než manipulace** (*rozdíl mezi prodejní manipulací a inspirací, nástroje inspirace*)
- **chytré vystavení zboží** (*hlavní zásady vystavení a prezentace zboží a pobídkové faktory, podíváme se na něj z hlediska smyslů a inspirace, navrhne konkrétní úpravy v praxi*)
- **působení na instinktivní požadavky zákazníků** (*jak se dá zvýšit prodej využitím znalostí o funkci instinktů*)

## Prodejní dialog

- **zásady vedení prodejního dialogu** (*zásady a postupy vedení prodejního dialogu se zákazníkem, nacvičíme*)
- **personál jako poradce** (*jak změnit roli „podavače“ na poradce zákazníka a přitom podpořit prodej*)
- **ochutnávání, předvádění a zkoušení** (*jak zorganizovat ochutnávky a předváděcí akce, aby byly efektivní, a jak je zapojit do prodejního dialogu*)

## Loajalita zákazníka

- **proč je věrný zákazník přínosem** (*základní informace o ekonomickém přínosu loajality zákazníků*)
- **jak přimět zákazníky k opakovaným nákupům** (*psychologické nástroje, které přimějí zákazníky, aby se vraceli*)
- **komunikace se zákazníky posilující loajalitu** (*jaká komunikace se zákazníky posiluje jejich loajalitu*)

## Marketing prodejny

- **vyladění prodejny, smyslový marketing, zážitky** (*jak na zákazníky působí harmonicky vyladěná prodejna*)
- **pobídkové nástroje** (*akce, sezónní prodej, sezónní výzdobu, propagační materiály a nástroje, POS materiály atd.*)
- **komplexní komunikace se zákazníky** (*formy komunikace včetně online*)

## Motivace zaměstnanců

- **role manažerů prodejny** (*vedle provozní role má manažer prodejny i roli leadera a motivátora*)
- **týmová spolupráce a kultura** (*výhody týmové spolupráce v prodejně*)
- **inspirace Baťovým systémem řízení** (*Baťův systém jako vzor funkční motivace*)

## Metoda

Školení se skládá ze tří forem:

**Informační** – Účastníci získají informace o psychologii zákazníka a o konkrétních nástrojích, které jsou na ní založeny.

**Kreativní** – Účastníci jsou vedeni k tomu, aby v souladu se získanými informacemi a osvojenými znalostmi navrhovali nová řešení, která by se dala využít v jejich konkrétní praxi.

**Osvojovací** – Účastníci si potřebné znalosti a dovednosti konkrétně vyzkoušejí a procvičí, jak naživo, tak s využitím studijního manuálu a materiálu.



## Příslušenství

Každý účastník obdrží studijní manuál a materiál.

## Reference

V oboru jsem školil například ve společnostech:

COOP Bratislava (školení vedoucích slovenských prodejen a vedoucích pracovníků družstev)

MAKRO Cash & Carry (školení pracovníků, poskytujících poradenství obchodníkům v programu „Můj obchod“)

KARIN maloobchodní řetězec (školení prodavačů a vedoucích prodejen)

SEMAG (školení pracovníků pro síť rychlého občerstvení a prodejen pečiva)

ZIMBO CZECHIA (školení zaměstnanců sítě řeznictví Novák, vytvoření instruktážního filmu)

JEDNOTA COOP Nové Zámky (školení vedoucích pracovníků)

## O autorovi a lektorovi



Jmenuji se Miloš Toman a už více jak 25 let se věnuji podpoře podnikání a hledání cest ke zvýšení prosperity podnikatelů. Mám víc jak 30 let praxe v prodeji a marketingu.

V roce 2003 jsem vytvořil koncepci *intuitivního marketingu*, založenou především na vztazích se zákazníky, loajalitě a způsobu, jak se odlišit od konkurence.

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).

## Možnosti

### **Firemní školení**

Školení pro firmy a aliance

Zejména pro vedoucí prodejen, prodejní personál

Je možno přizpůsobit individuálním požadavkům

[Další informace zde](#)

### **Semináře pro veřejnost**

Školení pro jednotlivce

Zejména pro majitele a vedoucí prodejen a jejich prodavače

[Informace o aktuálních termínech zde](#)

## Cena

### **Firemní školení:**

#### Professional

Dvoudenní intenzivní školení Aktivního prodeje spojené s tréninkem (cca 2 x 6 hodin).

Cena: 80.000 Kč + DPH (3.200 €)

#### Basic

Jednodenní školení Aktivního prodeje (cca 6 hodin)

Cena: 40.000 Kč + DPH (1.600 €)

### **Seminář pro veřejnost:**

3.950 Kč za osobu (158 €)

## Kontaktujte mě

Miloš Toman

[toman@intuitivnimarketing.cz](mailto:toman@intuitivnimarketing.cz)

tel.: +420 604 157 752

[www.intuitivnimarketing.cz](http://www.intuitivnimarketing.cz)