



Seminář Miloše Tomana

Aktivní prodej v prodejně

Úspěšný prodej založený na znalosti myšlení zákazníků

Prodejna 21. století

Přes 80 % nákupních rozhodnutí vzniká v prodejně. Jen tam a nikde jinde se tedy rozhoduje o vašem prodejním úspěchu. A to na základě znalosti, jak zákazníci myslí a jak se rozhodují.

S těmito vědomostmi můžete povzbuzovat a ovlivňovat rozhodování zákazníků podle svých potřeb. Seminář vás vybaví nástroji, které jsou účinné právě proto, že využívají přirozené chování zákazníků. Seznámí vás s Faktorem H, který zásadně ovlivňuje chování zákazníků i váš úspěch.

Nemusíte se tak pouštět do cenového soupeření s konkurenty a snižovat tak svoji marži a zisk.

Tento seminář jsem postavil na svých více jak 30letých zkušenostech a poznatcích behaviorálních věd. Výsledkem jsou návody, které jinde nezískáte.

Miloš Toman, autor knihy *Jak zvládnout maloobchod a dalších.*

Každý účastník obdrží knihu *Jak zvládnout maloobchod* a manuál *Vylepšete si prodejnu.*

Program semináře

Proč a jak dnes lidé nakupují

- Jak zákazníci myslí a jak se rozhodují – co nám prozradilo skenování mozků a behaviorální ekonomové
- značky přestávají zákazníky zajímat – čím je tedy nahradíme
- jak ovládnout instinktivní a emoční rozhodování zákazníků

Proč zákazníci (ne)přijdou

- jak se zákazníci rozhodují k návštěvě a jaké informace jim dát
- vstup do prodejny může odradit nebo naladit
- výloha jako mocný prodejní nástroj

Jak naladit zákazníka

- proč za vchodem umístit čerstvé nebo aktuální zboží
- co by měl zákazník do dvou vteřin uvidět
- čím voní vaše prodejna?

Merchandising

- jak umístění zboží v regálech nebo na ploše zvýší prodej
- druhotné vystavení a akční seskupování jako pobídka k nákupu
- proč a jak zákazníky inspirovat

Aktivní prodej

- prodavač je ten, kdo rozhoduje o výši tržeb
- znalost etikety prodává
- prodejní dialog a aktivní nabídka

Nákupní zážitek

- proč řetězce jako Action prosperují
- proč a jak komplexně působit na smysly
- jak využít sezóny a svátky

Konkurence

- jak mohou menší prodejny konkurovat velkým
- proč a jak posilovat věrnost zákazníků
- osobní přístup jako jedinečná konkurenční výhoda

Propagace a komunikace

- osobní doporučení jako nejlepší forma reklamy
- web a newsletter
- sociální sítě

O autorovi a lektorovi



Jmenuji se Miloš Toman a v byznysu jsem už více jak 30 let. Za tu dobu jsem se zabýval prodejem v B2B i B2C oborech, zastával manažerské posty a psal o tom knihy. Od roku 2003 se soustředím především na poradenství a firemní školení. K zajímavým projektům patřila třeba příprava zakázky pro vládu brazilského státu Rio de Janeiro. Více o mně se [dočtete zde](#).

Jsem autorem řady knih z oblasti managementu (Řízení změn a Zamrzlá produktivita) a marketingu a prodeje (Intuitivní marketing, Intuitivní marketing pro 21. století, Intuitivní reklama, e-booky Aktivní prodej v prodejně, Intuitivní marketing prodává a další).

Celý život se vzdělávám. Ne pro tituly, ale abych mohl vědomosti převést do praxe a posloužit jimi svým klientům. Aktuálně se nejvíce zabývám poznatky behaviorálních vědců a jejich využití v prodeji, marketingu a managementu.

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

Cena

Je uvedena u aktuálního semináře na webu: <https://intuitivnimarketing.cz/seminare-pro-verejnost/>

Kontakt

Miloš Toman

Intuitivní marketing s.r.o.

Tel.: +420 604 157 752

info@intuitivnimarketing.cz

www.intuitivnimarketing.cz