



**OBCHODNÍ
AKADEMIE
PŘEROV**

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Název a registrační číslo projektu:

CZ.1.07/1.5.00/34.0498 OA Přerov – Peníze středním školám

Číslo a název oblasti podpory:

1.5 – Zlepšení podmínek pro vzdělávání na středních školách

Realizace projektu:

02. 07. 2012 – 01. 07. 2014

Autor:	Ing. Vladimíra Trnčáková
Období vytváření výukového materiálu:	02. 07. 2012 - 31. 12. 2012
Ročník:	4.
Tematická oblast, předmět (klíčová slova):	Fiktivní firma
Způsob použití výukového materiálu ve výuce:	Žáci získají základní informace na co je důležité myslet při komunikaci a jak komunikovat se zákazníkem. Na konci prezentace je úkol, se kterým žáci samostatně pracují.

Prezentace FIF

Komunikační dovednosti

Ing. Vladimíra Trnčáková

Komunikační dovednosti

Osnova:

1. Při komunikaci je důležitá
2. Jak komunikovat se zákazníky
3. Co Vám přinese Vaše dobré jméno
4. Úkol

Při komunikaci je důležitá

- **Práce s dechem** - základ mluveného projevu.
- **Energizace celého organismu při vystoupení** - jak dýchat efektivně a ekonomicky, řízení dechu při mluvení, dechová kapacita a opora hlasu.
- **Přirozené posazení hlasu** a rozvoj individuálního hlasového projevu.
- **Osobní hlasová analýza** každého účastníka a individuální doporučení práce s hlasem.
- **Výslovnost hlásek a samohlásek.**

Při komunikaci je důležitá

- **Srozumitelná artikulace.**
- **Tempo řeči a frázování.**
- **Odstranění frází a parazitních slov.**
- **Český jazyk a výrazné prohřešky proti výslovnostní normě.**
- **Výslovnost cizích jmen a názvů a skloňování číslovek.**
- **Jazyková kreativita, tvořivé vyjadřování, slovní zásoba.**
- **Ekonomika mluveného projevu.**
- **Kultura projevu.**

Jak komunikovat se zákazníky?

- Komunikace se zákazníky otevírá dveře úspěšnému prodeji. Mnoho obchodních jednání končí fiaskem, protože **obchodní zástupce komunikaci podcení**.
- Prodejci si nevšímají řeči těla zákazníka, a proto nemohou podle ní přizpůsobit vedení obchodního rozhovoru. Minimálně **rozlišujte komunikaci se zákazníky** ve skupinách:
 - **Potencionální zákazník**
 - **Nový zákazník**
 - **Stálý zákazník**

Potencionální zákazník

- **Výhodou je, že celá skupina zákazníků komunikuje podobně.** Mají podobné otázky, námitky i reakce.
- **Potencionální zákazník** Vás udržuje ve střehu, je při komunikaci formálnější a opatrnější. Pro navázání vztahů, je prvních 5 – 7 vteřin rozhodujících. Všímejte si **reakcí** zákazníka, jak odpovídá na Vaše otázky, jak se tváří, jak komunikuje. Zda je klidný, nervózní, uhýbá pohledem, ...

Potencionální zákazník

- Podle jeho **řeči těla** postupujte v komunikaci dál.
- Vyhýbání se očnímu kontaktu značí nízkou sebedůvěru, nerozhodnost.
- Takového zákazníka potřebujete povzbudit, posílit jeho odvalu k uzavření obchodu.
- Podle nálady zákazníků, můžete zvolit i **odlehčení obchodního jednání** zábavnější formou komunikace.

Nový zákazník

- **Nový zákazník** Vám umožní komunikaci pozvolna převést z formální do přátelské formy.
- **Respektujte pocity zákazníka a udržujte vzájemnou úctu.**
- Někteří se komunikaci otvírají pozvolna, jiní na Vás začnou chrlit osobní záležitosti téměř okamžitě.
- Je jenom na Vás, jak rychle odvedete komunikaci zpět k objednavce.

Stálý zákazník

- **Stálý zákazník je většinou naladěn na přátelskou komunikaci.** Nemusíte tolik vážit slova, ale stejně si dávejte pozor. Někdy není na škodu zůstat u vykání.
- **Dalším kritériem může být preference materiálu výrobku.** Běžně se Vám rozdělí zákazníci na dva tábory, když jim nabídnete stejný výrobek, ale z nového materiálu. Jeden tábor zákazníků bude objednávat výrobek v původním provedení. Ti druzí nedají dopustit na nový materiál. Budou Vám říkat, že je 100x lepší než ten starý.

Každý zákazník má svoji pravdu

- **Vy víte, že oba výrobky mají téměř stejné parametry, že je v podstatě jedno, který výrobek zákazník koupí.**
- **Komunikaci zvolíte podle zákaznickových preferencí, pokud o to stojí, vysvětlíte mu výhody starého i nového materiálu.**
- **Každý zákazník má svoji pravdu, kterou nerad mění.**

Každý se rád poslouchá

- **Nepřehlížejte řadový personál.** Prodavačky, asistentky, sekretářky, skladníky, atp. jsou nekonečný zdroj informací.
- Všichni tito pracovníci mohou mít velikou moc, ovlivnit rozhodnutí pověřené osoby, která rozhoduje o uzavření objednávky.
- Kouzlo je v tom, že každý **se rád poslouchá, chce se projevit a sdělit názor** na věc. Dodá mu to na pocitu důležitosti. V obchodě stačí pár dobře zvolených otázek a dozvíte se informace, o kterých se Vám ani nesnilo.

Dobré jméno

- Dobré jméno firmy otevírá dveře potenciálním zákazníkům. Také si raději zvolíte provedení dané služby od firmy, která má dobré jméno a její značka je spojena s kvalitou.
- **U obchodních zástupců** to funguje stejně, ale Vy si potřebujete **vybudovat dobré značky dvě**. První značkou je **firma, kterou zastupujete** a tou druhou značkou je **Vaše jméno**. Obě značky jsou stejně důležité. Ani jedna nemůže fungovat bez té druhé.

Co Vám přinese Vaše dobré jméno?

- **Úctu a respekt** u zákazníků, u konkurence, ve firmě.
- **Dobré vztahy** se zákazníky.
- **Dostanete doporučení na další zákazníky.**
- **Zdravé sebevědomí.** Vědět, že patříte mezi špičku, hřeje u srdce.
- **Lepší podmínky a možnost vyjednávání o výši provize.**
- Pokud se rozhodnete odejít a spolupracovat s jinou firmou, máte nejúčinnější doporučení - **pověst spolehlivého profesionála.**

Myslete pozitivně a věřte, že to zvládnete

- Dodejte si odvahy přemýšlet o tom, **co byste chtěli a hlavně proč.**
- **Myslete pozitivně a věřte, že to zvládnete.** Rozvíjejte dovednosti, které potřebujete pro dosažení úspěchu.
- **Následujte příklady lidí, kteří úspěšně prošli cestu, kterou se chcete vydat.** Vyvarujte se stejných chyb a využijte zkušenosti úspěšných ve svůj rychlý rozjezd. Stačí se rozhodnout a vytrvat.

Myslete pozitivně a věřte, že to zvládnete

- **Doporučuji všem prodejcům nemlžit, nedělat z lidí hlupáky.**
- **Když se ptáte, vyčkejte na odpověď’.**
- **Den za dnem, rozvíjejte svoji osobnost a zdokonalujte potřebné dovednosti.**

Úkol

- Nacvičte si a předved'te nám, jak byste získali nového zákazníka pro Vaši firmu dle návodu z předchozích snímků.

Použité zdroje:

- KLÍMA, Martin. *Gestika* [online]. [cit. 5.12.2012]. Dostupný na WWW: www.sketa-shop.ic.cz/predmety/bkpt/BKPT-Gestika.doc
- SÁČKOVÁ, Ivana. *Jak komunikovat se zákazníky* [online]. [cit. 5.12.2012]. Dostupný na WWW: <http://www.ivanasackova.cz/jak-komunikovat-se-zakazniky/>

Děkuji za pozornost

