

Aby naši obchodníci nosili víc objednávek



“ Nikdo prý nic nechce a zákazníci jsou už rozebrání... ??? ”

Odpovídají vám vaši prodejci a obchodníci,
že "zákazníci jsou už rozebrání"?

Že "všichni jen chtějí slevu"?

Nebo že lidé "nemají zájem"?

A vy přesto chcete, aby našli nové zákazníky a prodávali víc?



Krutou pravdou přitom je, že pokud nedostanou nový impuls, sami od sebe se nezmění:

I nadále je budete na každé poradě prosit, vyzývat nebo přímo tlačit k tomu, aby se snažili víc. I nadále budete opakovat, že mají hledat nové způsoby, jak si zákazníky otevřít a získat. A i nadále budete frustrování z toho, že se nesnaží tak, jak byste si představovali.

Ve vás ale bude postupně bobtnat zlost. Oni si mezi sebou budou říkat, že jejich oblasti a zákazníkům nerozumíte, ale přesto na ně tlačíte. A jednoho dne vám ujedou nervy. Jim se přestane vaše peskování líbit. Pohádáte se. Vy jim dáte výpověď. Nebo oni odejdou sami. Celé to začne znovu.

Ale to vám prodej nezvýší, že?

Aby se něco skutečně změnilo, musí přijít impuls.

Aby se něco změnilo, musí dostat nový impuls. Ale jaký?

Takový impuls, po kterém si vaši prodejci a obchodníci **sami řeknou**, že se chtějí změnit. Dělat to jinak. A líp.

A musí na to přijít sami, protože nařízení, příkazy a rozkazy fungují jen zřídka:

Pokud dostaneme cokoliv příkazem, pracujeme pak jen z povinnosti. Hledáme způsob, jak si tu práci zjednodušit. Jak se z ní vyvlíknout. Nebo jak ji hodit na někoho jiného.

Jakmile se ale pro něco rozhodneme sami, neděláme už jen to nezbytné minimum.

Naopak: Přestane nám záležet na čase. Na náročnosti. Nebo na okolí.

Jakmile se rozhodneme, že "to" chceme udělat (a že to chceme udělat pořádně), najednou v sobě najdeme odvahu, sebejistotu i sílu překonat jakoukoliv překážku. Nevadí nám odmítnutí, neúspěch či porážka. Jsme totiž přesvědčeni, že jdeme tou správnou a nejlepší cestou. A pracujeme a snažíme se do té doby, než toho výsledku dosáhneme.

Jak to tedy udělat, aby se takto nastartovali a nadchnuli i vaši kolegové?

Tak, aby se sami rozhodli, že chtějí víc prodávat?

A aby i staří mazáci byli ochotni (a sami chtěli) používat nové postupy, jak zákazníky oslovit a jak prodávat?



**Aby se sami rozhodli
a právě proto to skutečně
dotáhli až do konce?**

Asi bychom měli tvrdit, že je to jednoduché a že k tomu stačí jen pár hodin nějakého zázračného super-hyper-školení.

Nestačí a jednoduché to není:

Sami víte, jak se cynicky díváte na všechny nabídky zázračných postupů. Sami víte, kolik jste v minulosti absolvovali školení a jaké jste z nich měli dojmy. A sami víte, jak bojujete sám se sebou... abyste udělali to, co víte, že máte udělat, ale nechce se vám.

Chceme-li tedy překonat sami sebe... a pomoci v tom i našim kolegům... máme jen jedinou možnost:

Čekáním na zázrak se nic nezmění. Chce to...

- 1.** Rozhodnout se, že se chci změnit (a proč).
- 2.** Vybrat si, k čemu to má (či nemá) celé vlastně vést.
- 3.** Odhalit návyky, kterými sami sebe sabotujeme (a nahradit je lepšími).
- 4.** Zaměřit se na to, co přináší výsledky (místo opakování stále stejných - nefunkčních - postupů dokola).
- 5.** A vydržet, i když se objeví potíže a překážky.

Nebudeme tedy sedět a čekat na zázrak.

Ale stejně tak si ani nebudeme nalhávat do kapsy a blouznit o megalomanských cílech "nejlepších obchodníků na světě", kterým sami nebudeme věřit.

Půjdeme na to s rozumem, zkušeností a znalostí sama sebe...

Stejně jako sportovci vědí, že pokud chtějí např. uběhnout maraton, musí na něj trénovat:

Chápou, že už nestačí jen tak běhat po parku, stejným tempem a stále dokola stejný okruh. Od ostatních vědí, že musí rychlost běhu střídat a prodlužovat vzdálenost. A právě to poučení se od zkušenějších, rozhodnutí využít tyto vyzkoušené metody a odhodlání změnit staré návyky jim zaručí, že ten maraton nakonec uběhnou.

Nestanovili si totiž jen velkolepý cíl... jehož zdolání pak odpískají po pár pokusech, právě pro jeho nedosažitelnost.

Udělal také to ostatní:

Zjistili si, jak to zvládli ostatní. Ověřili si, co (ne)funguje. Rozvrhli si vzdálenosti, tréninky a přípravu. Nahradili staré návyky novými.



A právě tímto způsobem funguje i "*Školení, které je proměň*":

- ★ Během školení se vaši lidé **sami rozhodnout**, čeho to vlastně (ne)chtějí dosáhnout.
- ★ Sami se rozhodnou, co je láká, co by chtěli dělat **a proč**.
- ★ Uslyší přitom, jak se o podobný cíl snaží **jinde**, jiní a s jakými výsledky.
- ★ Pochopí, jakými kroky se dostanou **kupředu** (a jakými jen zpět na začátek).
- ★ Sami na sobě **odhalí** návyky, které je dnes táhnou ke dnu... a nahradí je lepšími.
- ★ Určí si program, termíny a aktivity, které jim to celé **zjednoduší**.
- ★ A pochopí také, jak si to **odhodlání udržet**, i když se jim nebude vždy dařit.

**Nikoliv "zázraky",
ale promyšlený postup,
který nastolené změny
také udrží...**

Školení, které je proměň, není tedy zázračný seminář, který uvede vaše pracovníky do blouznivého transu, ve kterém bude budoucnost růžová a vypadat "skvěle", ale jakmile se proberou do reality, vrátí se do zajetých kolejí.

Školení, které je proměnou, je seriál aktivit, školení, činností a kroků, které zavedou vaše obchodníky k prodejním výsledkům, které od nich očekáváte. Kterých chtějí sami dosáhnout. A právě tyto kroky jim pomohou je **dosáhnout... a udržet**.



Jak to uděláme?

- 1** V prvním kroku (který můžete udělat už dnes s pomocí dotazníku na konci tohoto průvodce), zjistíme, co to vlastně od vašich kolegů očekáváte... a co dnes (ne)dělají.
- 2** V druhém kroku pak následně sami (s vaší pomocí) zjistíme, jak vidí svou situaci, překážky a okolnosti oni sami.
- 3** Ve třetím kroku (na základě informací od vás a od kolegů) připravíme návrh tréninků, aktivit a seminářů, které pomohou situaci vyřešit.
- 4** Ve čtvrtém kroku (na začátku školení), dostane každý z účastníků svůj vlastní "Program malých změn, které nesou velké výsledky"
- 5** V pátém kroku zrealizujeme školení a semináře, na kterých vaši pracovníci uslyší a uvidí, jak mohou svou práci dělat lépe, snadněji a s lepšími výsledky... a natrénují si to, aby se jim vše dostalo pod kůži.
- 6** V šestém kroku (po školení) uzavřeme s účastníky "Smlouvu osobní proměny", ve které si společně s pracovníkem dohodnete aktivity a výsledky, které od něj očekáváte vy... a které je schopen, připraven a odhodlán dosáhnout on.

- 7** V sedmém kroku (po 90 dnech) opětovně zjistíme stav z pohledu vašich kolegů... i z pohledu vašeho.
- 8** V osmém kroku podle potřeby připravíme navazující školení, semináře a aktivity tak, abychom opět oživili odhodlání, přemostili neúspěchy a připomenuli důvody, proč to děláme.

A sedmý a osmý krok budeme opakovat do té doby, než výsledky budou odpovídat tomu, co si představujete.

Celou přípravu a realizaci si tedy vezmeme na starost od začátku až do konce.

Vám jen stačí určit místo konání, vybrat účastníky a občas jim rozdat a posbírat materiály a pomůcky, které pro ně připravíme.

A celé to můžete **spustit už dnes**.

Jak?

Odpovězte si na otázky, které najdete na **následujících stranách**.

Pošlete nám (s garancí zachování důvěrnosti) své odpovědi.

A my vám na základě našich 20letých zkušeností (www.cvc.cz) připravíme návrh školení, které je promění (ekonomicky je to výhodné už od 8 – 12 pracovníků)

... tak, aby vaši prodejci a obchodníci začali prodávat tolik, kolik při využití svého plného potenciálu skutečně mohou.



1: Co chci od našich prodejců/obchodníků

Vše můžete vyplnit také online na www.skolenikterejepromeni.cz/aby-nosili-vice-objednavek

Přál bych si, aby naši obchodníci/prodejci...

1

2

3

Důvod, proč se jim to zatím nedaří, je podle mého názoru v tom, že

1

2

3

Aby se to změnilo, musíme udělat tyto změny...

1

2

3

Od "Školení, které je promění", bych si přál, aby

1

2

3

Pokračujte dotazníkem č. 2 a 3...

2: Jak hodnotím současné dovednosti a přístup našich prodejců a obchodníků

	Výborně	Obstojně	Nutně zlepšit	Netýká se jich
Když hledají nové zákazníky...				
Umí si najít ty vhodné?	☐	☐	☐	☐
Umí je oslovit emailem?	☐	☐	☐	☐
Po telefonu?	☐	☐	☐	☐
Osobně?	☐	☐	☐	☐
Přes známé?	☐	☐	☐	☐
Umí si k nim najít jinou cestu?	☐	☐	☐	☐
Když prezentují naši nabídku...				
Zjistí si o zákazníkovi dostatek informací, aby ho zaujali?	☐	☐	☐	☐
Prezentují nabídku tak, aby v ní zákazník viděl výhody pro sebe?	☐	☐	☐	☐
Znají nevyslovené otázky zákazníka a odpovídají na ně?	☐	☐	☐	☐
Mění obsah a způsob nabídky podle osobnostního typu zákazníka?	☐	☐	☐	☐
Dokáží během 60 sekund odprezentovat nabídku tak, aby zaujala?	☐	☐	☐	☐
Umí vysvětlit naši vyšší cenu tak, aby ji chtěl zákazník zaplatit?	☐	☐	☐	☐
Když zákazník vznese námitku...				
Znají konkurenční nabídky, aby rozpoznali blufování?	☐	☐	☐	☐
Umí reagovat na žádost o slevu?	☐	☐	☐	☐
Umí reagovat na kritiku kvality/podmínek/splatnosti/termínů?	☐	☐	☐	☐
Umí reagovat na levnější konkurenci (jinak než dorovnáním ceny)?	☐	☐	☐	☐
Dokážou odhalit skutečné důvody námitek a odmítání?	☐	☐	☐	☐
Když je zákazník odmítne...				
Umí zjistit skutečné důvody odmítnutí?	☐	☐	☐	☐
Vědí, jak reagovat, aby si otevřeli další jednání?	☐	☐	☐	☐
Když objednávku získají...				
Umí požádat o referenci či doporučení na dalšího zákazníka?	☐	☐	☐	☐
Dokážou navázat se zákazníky přátelský vztah, které přinese loajalitu?	☐	☐	☐	☐
Umí vše zorganizovat, aby nedošlo k prodlevám či zmatkům v dodání?	☐	☐	☐	☐
Umí vhodně reagovat na krize a reklamace?	☐	☐	☐	☐

3: Na co by se mělo zaměřit *"Školení, které je proměnění"*

Školení a trénink by se měl zaměřit na následující:

1. Téma tréninku:

Počet pracovníků:

Jejich pracovní pozice:

2. Téma tréninku:

Počet pracovníků:

Jejich pracovní pozice:

3. Téma tréninku:

Počet pracovníků:

Jejich pracovní pozice:

Školení bychom chtěli zahájit v a ukončit do
Místem uskutečnění seminářů/tréninků bude

Název firmy:

Ulice:

PSČ, město:

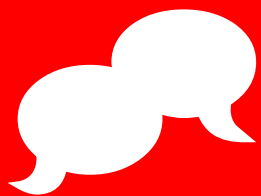
Kontaktní osoba:

Telefon:

E-mail:

**Všechny tři listy dotazníku prosím naskenujte/vyfoťte
a pošlete nám prosím emailem na skolenikterejepromeni@cvc.cz**

Nebo zavolejte na 585 227 076 a my si vás vyslechneme a vše sepíšeme sami.
Do 72 hodin se vám ozveme s dalším postupem.



Má to smysl? Co říkají ostatní...

Protože v Českém vzdělávacím centru připravujeme *Školení, které je proměň*, už více než 20 let, necháme za nás mluvit ty, kteří si takové školení objednali a absolvovali...

Nebude to jen teorie?



„Seminář nebyl monologem lektora, ale naopak byl veden velice záživnou a poutavou formou dialogu s frekventanty a základní znalosti a dovednosti byly s frekventanty procvičeny na praktických příkladech, což nebývá u všech obdobných seminářů zcela běžné a podle mého názoru právě toto přináší frekventantům naprosto dokonalé pochopení probírané problematiky.

Velice ilustrativní a kvalitní byly také doprovodné videoprogramy, při kterých si frekventanti nejlépe uvědomili chyby, které se často v obchodním styku dělají, a v některých situacích poznávali sama sebe. Podle mého názoru i podle ohlasu ostatních účastníků se seminář velice vydařil a tyto dobré zkušenosti postaví jistě základ naší dlouhodobé spolupráce. Vaše semináře budu rovněž doporučovat našim spolupracujícím firmám a zákazníkům.“ p. Chvojka

Nebude to jen další „nudné školení“?



„Seminář splnil naše očekávání... Kladně hodnotíme především to, že nešlo o jednotvárný výklad. Celý průběh byl prokládán ukázkami z videokazet a zajímavým zpestřením byl i test. Ostatním zájemcům seminář doporučujeme, neboť je dobrým návodem pro každodenní praxi.“ Ing. Miroslav Kaloč



„Od semináře jsem před absolvováním očekával obyčejný výklad látky typu velká tabule a spousta psaní, jak to obvykle bývá. Ale v průběhu semináře jsem byl velice překvapen vysokou úrovní a projevem lektora semináře, se kterými jsem byl nadmíru spokojen.“ Josef Dřevojan

Povzbudí to k aktivitě i ty, kteří dnes jen pasivně čekají na úkoly?



"Seminář v naší firmě proběhl ve velmi pozitivní atmosféře. Na přednášené téma se aktivně zapojily naše zaměstnankyně formou cílených dotazů, na které se jim od přednášejícího dostalo patřičného vysvětlení, plusem byla oboustranná diskuse, která byla důkazem zájmu o přednášené téma a oživila přednášku." Pavlína Růžičková



"Seminář splnil naše očekávání... Nejvíce se nám na semináři líbila možnost aktivního zapojení - test, reakce na konkrétní otázky. Informace získané na tomto semináři jsme již částečně využili při přestavbě mzdového systému naší firmy. Pokud se v řadách našich známých vyskytne zájemce o tuto problematiku, určitě mu seminář doporučíme." Ing. Marie Provazníková



„Chci Vám poděkovat za velmi kvalitní obsah i formu semináře. Velkou zásluhu na úspěšnosti měla jeho lektorka, která svým jasným výkladem a bohatou zkušeností z praxe nejen vynutila naši soustředěnou pozornost při výkladu, ale i odborně poradila v konkrétních případech. Získané poznatky mi pomohou při rozhodování v řídicí práci. Pokud bude seminář znovu organizován, jsem rozhodnut vyslat na něj další zaměstnance a budu ho doporučovat svým přátelům.“ Karel Forejtek

Kolik budeme do našich pracovníků investovat a jak tréninky probíhají?

Hodnota jednodenního modulu se v přepočtu na osobu pohybuje v rozmezí 2.500 - 3.000 Kč/osobu/den. Přesná částka závisí na obsahu semináře, lektorském zajištění, počtu účastníků a doplňkových službách.

K dosažení efektivního přínosu přitom stačí již skupina 8 - 12 účastníků. Semináře je možné realizovat kterýkoli den v týdnu, včetně sobot a nedělí a účast pracovníků na semináři tak nemusí narušit chod firmy.

**Kterýkoliv den.
V místě, které si určíte.
Bez narušení provozu firmy.**

Přinese to výsledky?



„Zúčastnil jsem se semináře na téma vedení obchodních týmů a přesto, že již 7 let zajišťujeme obchodní činnost, byly mé nové poznatky přínosem. Proto jsme uspořádali další seminář pro naše obchodní zástupce, který byl velice zajímavý, a naši pracovníci využívají získané vědomosti k úspěšnému prodeji. Věřím, že vaši nabídku budeme dále využívat ku prospěchu firmy.“ Ing. Jaroslav Ermis



„Semináře se zúčastnilo 18 zaměstnanců naší firmy. Všichni vydrželi pozorně poslouchat celou dobu, přednášející upoutal pozornost celého spektra posluchačů. Praktické uplatnění získaných poznatků jistě přispěje ke zvýšení renomé firmy.“ Ing. Jan Harant

Jak získat program připravený „na míru“ skupině vašich pracovníků?

Vyplňte všechny tři listy dotazníku a pošlete nám je naskenované či nafocené emailem na skolenikterejepromeni@cvc.cz

Nebo zavolejte na 585 227 076 a my si vás vyslechneme a vše sepíšeme sami. Návrh vzdělávacího programu vám připravíme tak, aby reagoval přesně na potřeby vaší firmy... a získáte tím jistotu, že všechny změny, které si uvědomíte a natrénujete, přinesou také očekávané výsledky.

