

Ovo je pregled DELA TEKSTA rada na temu "Veštine komuniciranja u prodaji". Rad ima 15 strana. Ovde je prikazano oko 500 reči izdvojenih iz rada.

Napomena: Rad koji dobijate na e-mail ne izgleda ovako, ovo je samo DEO TEKSTA izvučen iz rada, da bi se video stil pisanja. Radovi koje dobijate na e-mail su uređeni (formatirani) po svim standardima. U tekstu ispod su namerno izostavljeni pojedini segmenti.

Ako tekst koji se nalazi ispod nije čitljiv (sadrži kukice, znakove pitanja ili nečitljive karaktere), molimo Vas, prijavite to ovde.

Uputstvo o načinu preuzimanja rada možete pročitati ovde.

Univerzitet u Kragujevcu

Ekonomski Fakultet

Veštine komuniciranja u prodaji

Seminarski rad

2007/687

Kragujevac

Decembar 2009. godine

S A D R Ž A J

UVOD.....	1
1. PRIPREMA ZA PRODAJNI RAZGOVOR.....	2
2. VOĐENJE PRODAJNOG RAZGOVORA.....	5
SPIN METOD PRODAJE.....	8
PRODAJNI PREGOVORI.....	10
VEŠTINE INTERPERSONALNE KOMUNIKACIJE.....	12
ZAKLJUČAK.....	14
LITERATURA.....	15

UVOD

Ovaj seminarski rad bavi se analizom znanja, sposobnosti i veština koje su značajne tokom pripreme i vođenja prodajnog razgovora.

Istaknut je značaj ovladavanja veštinama komunikacije i tehnikama poslovnog pregovaranja.

Najpre se upoznajemo sa procesom pripreme za prodajni razgovor kroz shvatanje potrebnih znanja u prodaji čime se obuhvata i postupak traženja potencijalnih kupaca kao i zakazivanje razgovora.

Drugi deo bavi se procesom vođenja prodajnog razgovora kroz četiri faze prodajnog procesa: otvaranja, prezentacije, diskusije i zatvaranja.

Treći deo obuhvata metod prodaje čija je osnovna teza da tehnike koje mogu biti uspešne u prodaji jeftinih proizvoda nemaju isti efekat i kod prodaje vrednih proizvoda tzv. SPIN metod prodaje.

Četvrti deo bavi se procesom prodajnih pregovora koji posebno ističe značaj umeća komuniciranja prodavaca sa kupcima kao i potrebu obuke prodavaca za uspešno obavljanje prodajnog zadatka.

A u petom odeljku akcenat je na veštinama interpesonalne komunikacije gde se ističe i značaj razvoja veština jasnog govora i aktivnog slušanja.

1

1. PRIPREMA ZA PRODAJNI RAZGOVOR

1.1. Znanja u prodaji

U prodaji ključne faktore uspeha predstavljaju znanja i informacije kojima raspolažu prodavci. Ako bismo sve što je potrebno da prodavci znaju pokušali da generalizujemo rekli bismo tu pre svega spadaju:1

Znanja o kompaniji podrazumevaju da agenti prodaje budu dobro upoznati sa misijom i vizijom, kao i ključnim vrednostima koje ona zagovara. Ovo je neophodno ako je cilj kompanije vezan za stvaranje i očuvanje dobre reputacije zasnovane na pozitivnom imidžu njenog prodajnog osoblja.

Posedovanje znanja o proizvodu je presudno za uspeh prodaje. Prodavac mora ispunjavati očekivanja kupca u smislu da mora biti dovoljno stručan kako bi kupac doneo ispravnu odluku pri kupovini, a takodje poznavanje proizvoda pruža prodavcima sigurnost u ophođenju sa kupcima.

Znanja o tržištu na kome se posluje podrazumevaju da prodavci treba da budu upoznati sa osnovnim uslovima i tržišnim kretanjima. Prodavci treba da prate informacije o veličini tržišta i promenama, tržišnom učešću svih kompanija koje posluju na tržištu, cenama, inflaciji, demografskim pokazateljima i sl.

...

-----OSTATAK TEKSTA NIJE PRIKAZAN. CEO RAD MOŽETE
PREUZETI NA SAJTU.-----

www.maturskiradovi.net

MOŽETE NAS KONTAKTIRATI NA E-MAIL:

maturskiradovi.net@gmail.com