

ZAPISNIK S RADIONICE:

## **Suvremene prodajne i prezentacijske vještine**

Radionica je održana 9. ožujka 2016. u prostorijama Gradske vijećnice pod vodstvom Asje Lajtman Bosilj (Avus d.o.o.).

Početak: 9:30 sati.

Nazočni:

Ana Jagetić (Projektni ured Grada Ivanca)  
Tamara Kljunić (Projektni ured Grada Ivanca)  
Ivana Plahtarić (Projektni ured Grada Ivanca)  
Nikola Turčin (Projektni ured Grada Ivanca)  
Gabrijela Paska (Projektni ured Grada Ivanca)  
Neven Habunek (Projektni ured Grada Ivanca)  
Sanja Pisac (Projektni ured Grada Ivanca)  
Ana Marija Veić (Projektni ured Grada Ivanca)  
Mišo Gužvinec (Projektni ured Grada Ivanca)  
Marko Krobot (Projektni ured Grada Ivanca)  
Sanja Debeljak (Grad Ivanec)  
Mateja Evačić (Grad Ivanec)  
Dino Geček (Vivak d.o.o.)  
Jerko Bošković (Tesla d.o.o.)  
Josip Grđan (Eprima j.d.o.o.)

Polaznici su unaprijed dobili domaću zadaću – da pripreme kratku prezentaciju svojeg posla i prednosti koje klijenti, kupci i poslovni partneri stječu u suradnji s njima.

Radionicu je otvorila voditeljica Asja Lajtman Bosilj koja je pozdravila okupljene, predstavila sebe i svoju tvrtku, podijelila polaznicima kemijske olovke, priručnike i blokove i zatim predstavila plan rada za radionicu.

### **Sadržaj**

- Prodaja danas - nova dimenzija stvaranja vrijednosti
- Osobine dobrog “prodavača” i prezentatora
- Upoznavanje klijenata – pronalaženje zajedničkog presjeka
- Proces učinkovitog prodajnog razgovora

- Što sve treba pripremiti
- Analiza potreba i aktivno slušanje
- Korištenje pitanja
- Kako ponuditi odgovarajući proizvod ili uslugu
- Podržavanje činjenicama, argumentacija
- Kako istaknuti koristi za klijenta
- Kako se nositi s prigovorima, izgovorima i odbijanjima
- Kako pregovarati o cijeni
- Cross selling i Up selling
- Dodana vrijednost klijentu - ispuniti očekivanja ili oduševiti klijenta
- Plan i priprema prezentacije
- Stav i govor tijela, oslobađanje energije, trema
- Moć glasa
- Kako koristiti metafore
- Kako koristiti vizualna pomagala
- Kako oblikovati PP prezentaciju (struktura, slideovi, fontovi, boje)
- Vrste prezentacija: prezentacija informiranja, uvjeravanja i poticanja na akciju

**Trajanje** - 8 školskih sati (uz dvije kratke pauze od 15 minuta i jednu od 30 minuta za ručak)

### **Način rada**

Radionica je interaktivna, pozitivna, a izvodi se kroz moderne metode rada poput predavanja, prezentacije, studija slučaja, grupnih vježbi, diskusija, brainstorminga, koriste se upitnici samoprocjene, snimanja kamerom, analize, video isjecci i dr.

Nakon toga uslijedio je prvi zadatak za polaznike: u grupama po dvoje ili troje opisati drugu osobu iz grupe u nekoliko rečenica i pritom odgovoriti na tzv. 5w pitanja: tko?, što?, gdje?, zašto? i kako?. Tekst treba biti u formi novinskog članka i istaknuta je važnost zanimljivog naslova kako bi se čitatelja potaknulo na čitanje teksta. Tekstovi se zatim prezentiraju ostalima.

Predavačica Lajtman Bosilj zatim ističe važnost emotivne inteligencije. „Treba mijenjati sebe, a ne druge.“ Važno je promatrati kako djelujemo na druge. Govor tijela je važniji od riječi. Naglašena je važnost dobrog komunikacijskog odnosa – bitnije je da se razumijemo i poštujemo, nego da se sviđamo jedni drugima.

Slijedi drugi zadatak: polaznici rade u grupama i trebaju nabrojati najvažnije osobine dobrog „prodavača“, a zatim i listu zadataka koje dobar „prodavač“ obavlja. Napisano se zatim prezentira ostalima, a kao osobine polaznici ističu: komunikativnost/druželjubivost, spremnost/pripremljenost, strpljivost, fleksibilnost, stručnost, upornost, motiviranost, asertivnost, lojalnost, otvorenost, urednost/dress code, neverbalna komunikacija... Važno je dobro govoriti, ali je još važnije dobro slušati. Među zadacima su nabrojani: pronalazak klijenta/istraživanje tržišta, priprema prodaje, prezentacija i pregovori, postizanje ugovora o suradnji, provođenje suradnje/isporuka usluge, garantirati kvalitetu usluge/osigurati kvalitetnu

preporuku, timski rad, održavanje odnosa s kupcima, promocija, cjeloživotno učenje, držati korak s konkurencijom, osigurati više mogućnosti ili opcija...

Lajtman Bosilj: kritika je poklon za nas i tako ju trebamo promatrati – potiče nas da radimo na sebi i unaprjeđenju svojih znanja i vještina. Važno je da osujetimo buduće potrebe klijenta, kako bi si osigurali suradnju i u narednim godinama.

Također je važno postići ravnotežu između empatije i ego-drivea.

Važnost pripreme je neophodna:

- Moramo proučiti kupca, odnosno napraviti analizu
- Moramo proučiti tržište, odnosno konkurenciju i istaknuti svoje prednosti u odnosu na njih (ne ružno govoriti o konkurenciji i isticati njihove slabosti, nego naše prednosti)
- Moramo se prilagoditi potrebama klijenta i pripremiti konkretne prijedloge
- Moramo razmisliti o najboljim načinima suradnje i kanalima komunikacije
- Moramo pripremiti promidžbeni materijal, ali i mi se moramo pripremiti (ne kasniti i sl.)

Moramo se prilagoditi klijentu, odnosno uskladiti se s njime (sidrenje). Ako postoji neusklađenost stavova, traži se minimalni konsenzus (npr. ako klijent tvrdi da je Hitler bio super, mi možemo npr. reći da je bio karizmatičan i da je znao privući mase. Ne treba se svađati i suprotstavljati klijentu, ali ni ne smijemo napustiti vlastiti integritet.).

Važno je pratiti vijesti da možemo „časkati“ s klijentom (smalltalk). Poželjno je izbjegavati potencijalno „osjetljive“ teme poput politike i rata.

Uslijedio je treći zadatak. Polaznici trebaju odabrati 5 svojih klijenata i opisati njih i svoju suradnju s njima, npr. s kim komuniciramo, čime se bave, koliko imaju zaposlenih, koje su im potrebe i zahtjevi prema nama. Također trebamo prepoznati i pobrojati potencijalne konkurente na tržištu i navesti naše prednosti u odnosu na njih.

Važno je dobro poznavati konkurenciju kako bismo mogli istaknuti svoje prednosti u odnosu na njih. Nikada ne smijemo s klijentom samo započinjati razgovor o konkurenciji i ne smijemo ih vrijeđati i ogovarati, to govori više o nama nego o njima.

Četvrti zadatak bio je sastaviti listu univerzalnih pitanja koje možemo postaviti klijentu:

- Čime se bavite?
- Koliko imate zaposlenih?
- Koje su Vaše potrebe?
- Kolika je visina Vaše investicije?
- Koja je vremenska odrednica Vašeg plana/investicije?
- Što bi htjeli postići tom aktivnošću?
- Ako bi Vaša investicija bila odobrena, bi li to dovelo do otvaranja novih radnih mjesta, odnosno bi li Vi u tom slučaju zapošljavali nove radnike?
- Što očekujete od naše suradnje?
- Što se od Vaših dobavljača uvijek željeli, a ikad niste dobili?

Uslijedila je jedna vježba/igra koja je za cilj imala provjeriti i utvrditi koliko aktivno slušamo. Većina polaznika izašla je iz prostorije, dok ih je nekolicina ostala unutra. Polaznici koji su ostali unutra dobili su zadatak pratiti reakcije polaznika koji ulaze. Naime, svaki je polaznik trebao slušati opis 4 fotografije, a zatim sve što je čuo prenijeti onome tko je ušao nakon njega (ulazili smo jedan po jedan). Posljednji opis jako je malo sličio polaznom, tako da smo došli do zaključka da ne znamo najbolje aktivno slušati (npr. skoro nitko nije zapisivao što mu se govori i postavljao potpitanja).

Iznimno je važno aktivno slušati. Lajtmann Bosilj: pratiti, pisati, rezimirati, postavljati potpitanja, ponavljati. Polaznicima su prikazana 2 isječka iz filmova na kojima se dobro vidi sve što smo na radionici učili i koncepti ABC (always be closing) i AIDA (attention, interest, decision/desire, action) i BATNA (best alternative to negotiated agreement).

Važno je dati barem 2, ali maksimalno 3 ponude. Ako imamo samo 1 ponudu, drugi izbor je ne kupiti. Ako imamo previše ponuda, dolazi do paralize izbora.

Dvoje polaznika izlaže svoje prezentacije ostalima, dok ih ostali istovremeno ocjenjuju preko dobivenog pismenog upitnika.

Na kraju je voditeljica radionice dala nekoliko savjeta za javne nastupe. Postoje vizualni, auditivni i kinestetički tipovi osoba. Važno je prilagoditi prezentaciju pojedinom tipu osobe. Ako primjećujemo da publika nije pozorna, možemo iskoristiti tzv. trik šutnje da bi zadobili pozornost. Ruke nam neka budu u prirodnom položaju, a težina ravnomjerno raspoređena na obje noge (blagi raskorak i „ukopati“ se). Trema je zapravo višak energije, predlaže se neka jednostavna fizička aktivnost da se ta energija „potroši“.

Gospođa Lajtmann Bosilj je zatim pozvala polaznike da joj postave pitanja ako imaju nekih nejasnoća i dala im do znanja da joj se slobodno obrate ako imaju kakav problem jer ona stoji na raspolaganju.

Dovršeno u 14:30 sati.

ZAPISNIK IZRADILA:

GRAD IVANEC

Tamara Kljunić

