

Aspekti d.o.o., družba za poslovno svetovanje, trženje in izobraževanje, d.o.o.
Tržaška cesta 330, 1000 Ljubljana

PE Lavrica
Dolenjska cesta 324A, 1291 Škofljica

Tel: + 386 1 365 6141
Faks: + 386 1 365 51 42
GSM: + 386 41 779 176

Več o programu na naši spletni strani
www.aspekti.si

ASPEKTI

Z vami po poti navzgor...

ZGODBA IZ OZADJA....

David Kovač je direktor podjetja iz tehnične panoge, ki na trgu nudi proizvode in storitve visoke kakovosti, tako podjetjem, kot posameznikom. Podjetje ima v svojih vrstah izjemne strokovnjake. A v zadnjem času se je pojavilo vse več nezadovoljnih strank. Napake in nesporazumi so načeli ugled podjetja, ki je bilo do sedaj znano po kakovosti, sodobnih tehničnih rešitvah in zanesljivosti. Pri analizi situacij se je izkazalo, da bi lahko napake preprečili, če bi vsak v verigi bolj tržno pristopil k svojemu delu – predvsem, če bi dobro prisluhnili stranki.

Ob vsakem pregledu poslovnih rezultatov ugotaljšajo, da je kriza počasi dosegla tudi njih. Ali je res vzrok samo kriza? David že dalj časa opozarja svoje vodje, da so stranke postale bolj zahtevne, zato bi morali vsi zaposleni v podjetju bolje poznati svoje stranke, razumeti njihove dejanske želje in potrebe. S tem bi se velikokrat

Z vami bosta:

Ksenija Lapornik, strokovnjakinja za marketing z več kot 20 letnimi izkušnjami na področju vodenja različnih tržnih oddelkov. Poleg strokovnega poznavanja poslovnih procesov in procesov vodenja je certificirani NLP Coach ter trenerka komunikacijskih veščin. Izvaja tudi programe individualnih razvojnih načrtov za vodje ter zaposlene v marketingu in prodaji. Je interna presojevalka standarda ISO9001 ter svetovalka in ocenjevalka poslovne odličnosti po modelu EFQM. Že več let aktivno deluje kot poslovna svetovalka in predavateljica.

Bogdan Jug, univerzitetni diplomirani filozof, ki je svoje znanje nadgrajeval skozi različna tehnično in družbeno-ekonomska usposabljanja. Na podlagi večletnih izkušenj je kot direktor prodajnih projektov v visokotehnološkem podjetju in mentor novim sodelavcem, razvil nove pristope predaje znanja na področju prodaje. S svojim znanjem in izkušnjami kot Učitelj II deskanja na snegu, je sokreator A-metode učenja poslovnih kompetenc s pomočjo konceptov in principov učenja snowboarda. novosti, ki smo jo razvili skupaj v Aspektih.

izognili nepotrebnim napakam, saj bi lahko stranki pripravili rešitev, ki jih bo navdušila. Kakovostni proizvodi, storitve ter izvedba bodo pozitivni izkušnji stranke samo še dodali piko na i.

Marjan, vodja tehničnega centra, je k reševanju situacije pristopil že pred tedni. Zaposlenim je predstavil idejo direktorja. Na vse načine je poskusil v to smer motivirati zaposlene. Kmalu je ugotovil, da bolj, kot je »pritiskal«, slabša je bila situacija. Je mogoče, da motiviranje ni dovolj, ker so vzroki skriti nekje drugje?

Se kdaj vprašamo, če je morda koga **strah** in že samo ob omembi besede **PRODAJA** doživi **stres**? Takrat dodatno »pritiskanje« in motiviranje ne obrodi zelenih rezultatov. Ne da nimajo interesa. Pogosto zaradi negotovosti sebe ne vidijo v vlogi **PRODAJALCA**. **Kako jim lahko pomagamo?**

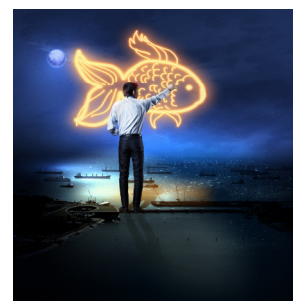


ASPEKTI

ZLATA RIBICA I.

Po znanem mitu je Zlata ribica dragocena, saj vam izpolni želje. V podjetju jih izpolnjujete svojim strankam / odjemalcem. Ali znate biti zlata ribica svojim strankam?

14% BOŽIČNI popust



V podjetju "VSI PRODAJAMO"!

Naš direktor neprestano ponavlja: »V našem podjetju bi morali **VSI PRODAJATI**«. A zaposleni nadaljujejo po starem.

»Naše stranke so povsem nerazumne. Zadevo hočejo »včeraj«, s popustom in dosmrtno garancijo.« Vam je znano?

Res je, da se koncept »**VSI PRODAJAMO**« lepo sliši. A brez treninga prodajnih kompetenc se običajno nič ne zgodi. Vsak v podjetju vidi le svoj strokovni del procesa. Celota ga ne zanima in stranke dobijo različne vtise o našem delovanju.

V zadnjem času so se tudi stranke spremenile. Postale so bolj previdne, preudarne, zahtevne in zadržane. Danes najbolj uspevajo tisti, ki znajo svoje stranke tudi slišati in ne samo poslušati. Dostavijo tisto, kar stranka pričakuje, takrat, ko to pričakuje ali celo še malo prej.

In kako nastajajo šale o »ZLATI RIBICI«? Saj jih poznate, tiste z nenavadnimi obrati v čudne smeri. Npr. tista, ko se moški naokoli sprehaja z lačnim papagajem na rami, ali vrhunski tenis Beckerja in Džokoviča na sosedovem dvorišču. In še bi lahko naštevali. Skoraj vsakega od nas so že kdaj nasmejale. Verjamemo, da tudi vi poznate kakšno. In kako se izogniti, da primeri iz našega posla ne postanejo gradivo za nove šale?

Najboljši recept je, da se prodajalec zaveda, da je vsaka stranka svoja zgodba. Niti dve prodajni priložnosti nista povsem enaki. V prodaji ni univerzalnih receptov. Edini recept je, da se stranko pravilno vpraša, poslušša, sliši ter pridobljene informacije upošteva pri pristopu in razvoju sodelovanja.

Ob upoštevanju vsega se zdi vse skupaj izjemno težko. Ne rečemo, da ni, ampak s sistematičnim pristopom, trdim in konstantnim delom, lahko spremenimo potek dogodkov.

Izzivi prodajalca

Če ne poznaš sebe in ne poznaš stranke, težko dobiš kakšen posel.

Če poznaš sebe, a ne poznaš stranke, boš lahko en posel dobil, drugi posel pa zgubil. In ne boš vedel zakaj.

Če poznaš sebe in poznaš stranko, takrat si lahko uspešen in učinkovit v pridobivanju poslov – prodaji. Vendar le, če to znanje uporabiš v konkretni situaciji.

Kako do CILJA?

Pot se prične s treningom Zlata ribica I:

- Začnemo s prebujanjem, in aktivacijo v varnem okolju.
- Počasi plavamo (vadimo) proti brzicam.
- Zgradimo pogum za prehod v velike reke in oceane.

Prijavite se zdaj!

Začnemo v sredo 14.1.2015 ob 9.00!

Termini treninga

1.modul: 14.1.2015	9.00-16.30
2.modul: 21.1.2015	9.00-16.30
3.modul: 28.1.2015	9.00-16.30
4.modul: 4.2.2015	9.00-16.30
5.modul: 11.2.2015	9.00-16.30

Če želite:

- povečati prodajo
- bolj učinkovito promocijo
- zaposlene, ki z velikim navdušenjem prodajajo
- izkoristiti polni potencial strank
- stranke, ki vam zaupajo svoje resnične želje in potrebe
- stranke, ki vas priporočajo naprej

“V vsakem od nas je skrit prodajalec. Ne samo v podjetju, pač pa v življenju nasploh. Vsi smo prodajalci. Le predmet prodaje se vedno znova razlikuje. Se spomnite svojih prvih prodajnih aktivnosti? In prvih pogajanj?”



Dober načrt, korak po korak do trdnih temeljev. Veliki zamahi ne nosijo nujno stabilnih rezultatov.

KOMU JE TRENING NAMENJEN?

Trening Zlata Ribica I. je namenjen vsem, ki imajo **stik s stranko** in od katerih v podjetju ali organizaciji pričakujemo, da se bodo **v sklopu svojega dela bolj tržno obnašali** oz. tudi »prodajali«. Ne glede na to, ali so to **strokovni izvajalci, delavci v marketingu, administraciji, montaži in servisu** ali dejansko **prodajalci**, se v podjetju vse bolj zavedamo potrebe, da »vsi prodajamo«.

Komu torej trening še posebej priporočamo? Vsem, ki:

- se še ne vidijo v vlogi prodajalca, a njihovo delo od njih to zahteva,
- jih ovira že misel na potencialne spodrseljaje in zavrnitve pri stikih s strankami,
- jih prodaja spravlja v stres, jim povzroča napetost, neprijetno počutje ...,
- si postavljajo vprašanje, kako visoko je njihova lestvica pri prodajnih kompetencah,
- bi bili radi samozavestni, uspešni in učinkoviti ob prodaji, brez »podtikanja čevljev« med vrata,
- želijo svoje prodajne rezultate še izboljšati s sodobnimi tehnikami, koncepti in orodji,
- ste se pri svojem delu iztrošili in si želite ponovno obuditi strast do prodaje, bi se radi ob prodaji dobro počutili in uživali.

KONCEPT TRENINGA - KJE SMO DOBILI NAVDIH?

V treningu **ZLATA RIBICA I.** smo združili **dva osnovna koncepta**, ki sta **ključna za uspeh podjetja na trgu**:

1. **Vsi v podjetju smo prodajalci**, ne glede na obliko prodajne aktivnosti.
2. Naj naši posli ne bodo osnova za nove šale o zlati ribici oz. **Postanimo našim strankam zlata ribica**, ki **uspešno in pravočasno izpolni njihovo željo!**

KAJ ŽELIMO DOSEČI? KORAKI DO AKTIVNEGA PRODAJALCA

V treningu, skozi pet modulov teoretično-praktičnih vsebin, prehajamo preko treh faz prebujanja in aktiviranja prodajalca v sebi:

1. **Prepoznati sebe kot prodajalca** (odnos, kompetence, vloga)
2. **Spoznavanje strank - Vsaka stranka je SVOJA ZGODBA!** (krepiti večšine prepoznavanja njenih želja, potreb, pričakovanj, potenciala...)
3. **Aktivirati prodajalca** (odpraviti ovire in izgovore, vzbuditi željo, da je uspešen in učinkovit v prodajnih aktivnostih, samozavestna izvedba aktivnosti vzpostavljanja stika, vodenje razgovora, zaključevanja, poziv k akciji, 1. korak - uživanje v prodajnih interakcijah)

Trening smo oblikovali kot **interdisciplinarno izkušnjo**, v katero smo vključili **razvoj prodajnih kompetenc, komunikacijskih veščin, poslovni bonton, obvladovanje stresa**, ter **razvoj poguma in strategij za rokovanje s težavnimi situacijami na poti do uspeha**.

Na samem treningu se srečamo s **konkretnimi situacijami iz prakse**. Zanje bomo iskali **optimalne rešitve**. Udeležencem bomo pomagali zgraditi bolj **samozavestni nastop**.

PROGRAM TRENINGA - KAJ NAS ČAKA?

Trening Zlata ribica I. traja 5 tednov – 5 modulov. Posamezen modul je namenjen enemu od ključnih področij pri gradnji prodajnih kompetenc. Modul pričenja 8 urna teoretično-praktična delavnica. V vsebine modulov smo združili znanja in izkušnje različnih področij, ki omogočajo, da se udeleženci prepoznajo kot prodajalci ter zgradijo svoj lastni stil s katerim bodo uspešno delovali na trgu:

- 1.Modul: PRODAJALEC PRED OGLEDALOM
- 2.Modul: KOMUNIKACIJA 1 - VEZ IN MOST DO STANKE
- 3.Modul: ZLATA RIBICA IZPOLNjuje ŽELJE - KAKO BOLJE SPOZNATI STRANKO
- 4.Modul: KOMUNIKACIJA 2 - BONTON IN FORMA - PRODAJALČEVA ORODJA
- 5.Modul: ROKOVANJE S TEŽJIMI SITUACIJAMI IN USPEŠNO ZAKLJUČEVANJE "PRODAJE"



Trening se nadaljuje tudi v času med delavnicami. Udeleženci pripravijo skupaj s trenerjema individualni načrt aktivnosti (vaj), namenjen utrjevanju pridobljenega znanja in veščin v času med delavnicami. Trenerja udeležence v tem času podpirata s povratnimi informacijami, usmerjanjem, svetovanjem in coachingom.

ZAKAJ JE TRENING ZLATA RIBICA I. TAKO UČINKOVIT?

Trening poteka v **manjši skupini (maksimalno 12 udeležencev)**, kar omogoča bolj individualen pristop in več praktičnega dela s povratnimi informacijami. Trening je intenziven in dinamičen.

Temelji na konceptu: **Svetovalne – coaching delavnice**, kjer je poudarek na odkrivanju in razvoju potencialov udeležencev ter povezavi novih znanj in veščin z obstoječimi. Je kombiniran pristop klasične delavnice z elementi svetovanja, coachinga, globinskih intervjujev, moderatorskimi tehnikami in individualnim praktičnim delom s komentarji.

V treningu smo vključili tudi učenje z **A-metodo**. A-metoda je princip učenja poslovnih kompetenc s pomočjo korakov učenja deskanja na snegu. Metoda temelji na izvajanju izbranih fizičnih vaj s katerim dosežemo učinkovitejšo ponotranjanje ter uporabo poslovnih in prodajnih kompetenc pri vsakdanjem delu.

KAKO IN DO KDAJ SE PRIJAVIM NA TRENING?

Prijavite se lahko preko e-pošte na naslov **info@aspekti.si** ali preko faksa št. **01 365 51 42**. Rok prijave s plačilom kotizacije je **9.1.2015**. oz. do **zapolnitve mest**. **Kotizacija 5-tedenskega treninga vsebuje:**

- udeležbo na 40 urnem teoretično-praktičnem delu treningu (5x8 ur)
- gradivo za trening
- okrepčilo med odmori
- individualen načrt dela in dnevni program
- 45 minut individualnega svetovanja/coaching po dogovoru
- aktivno spremljanje v celotnem času treninga
- certifikat o opravljenem treningu

-14% za prijave s plačilom kotizacije do 22.12.2014

ter znaša **880 EUR + DDV** na osebo. Vsak nadaljni udeleženec iz istega podjetja ali organizacije ima 10% popust.

Potek

- Pet tednov
- Pet modulov
- Pet korakov
- 40 ur izbranih vsebin
- Takojšen prenos v prakso
- Individualno delo med moduli po načrtu
- Podpora trenerjev v času celotnega treninga
- Coaching in osebno svetovanje

„Na uspeh prodajalca bistveno vpliva podoba, ki jo ima prodajalec o sebi. Če verjamemo, da znamo in zmoremo prodajati, bomo uspešni. Če ne verjamemo, bomo tudi takrat imeli prav.“

Zakaj smo vključili tudi elemente upravljanja s stresom?

Glavni razlog je, da je delo v prodaji in na terenu izjemno stresno. Le dobra psihofizična kondicija prodajalca predstavlja kakovostno osnovo za uspešno in učinkovito delo.