

DUŠAN JÍLEK

M +420 775 201 325

info@dusanjilek.cz

www.dusanjilek.cz

TRENÉR – LEKTOR – KOUČ



Efektivní komunikace pro nákupní oddělení

„Zisk leží v nákupu,“ říkají zkušení podnikatelé. Vědí, jak moc na výhodném nákupu záleží. Na tréninku probereme a procvičíme zásadní dovednosti, které nákupčí a referenti nákupu potřebují pro svou každodenní činnost.

- Dokonale se dohodnout s každým typem člověka (komunikační typy).
- Být vysoce efektivní při telefonní a e-mailové komunikaci.
- Ovládat rozličné techniky vyjednávání.
- Asertivně zvládat konfliktní a stresové situace.

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), testování konkrétních dovedností, workshopu a tréninku (nacvičujeme zcela konkrétní situace vyjednávání s dodavateli).

PŘÍMÝ TRÉNINK JEDNÁNÍ S OBCHODNÍMI PARTNERY

Každý účastník si připraví a v rolové hře vyzkouší řešení některé náročné situace ze své praxe. Nalezneme řešení a nacvičíme postup, který okamžitě použijete v praxi.

Jak jednat s různými lidmi v práci i životě

„Ti druzí nejsou divní. Jsou jen jiní.“

- Co jsou to komunikační typy a jak se liší
- Diagnostika vlastního komunikačního stylu
- Jak úspěšně jednat s různými komunikačními typy osobností
- Obtížné situace v komunikaci s druhými typy lidí a jak se jim vyhnout
- Návčik typických komunikačních situací

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (konkrétní komunikační situace ze života a práce účastníků) a tréninku (návčik jednání s odlišným komunikačním typem).

Zařadíme do programu specifické komunikační situace, se kterými jsou konfrontováni typicky Vaši pracovníci – například při jednání s veřejností, obchodními partnery, zákazníky nebo vlastními kolegy.

Jak měnit myšlení lidí

POLARITY MANAGEMENT

Nikdy nekončícím úkolem manažerů, vedoucích, mistrů či team leaderů na různých stupních řízení je prosazovat změnu. S tím souvisí schopnost manažera měnit myšlení lidí. Jak to ale udělat, když „lidi nepředěláte“?

- Změna jako jediná jistota
- Manažer a jeho postoj ke změnám
- Proč se lidé obávají změn a jak změnu prožívají?
- Jak prezentovat změnu
- Polarity management – práce s obavami a příležitostmi
- Koučování změny

Jednodenní trénink dovedností, které každý manažer okamžitě využije. Je sestaven tak, aby se v něm střídaly prvky výkladu, skupinové a individuální práce, skupinové diskuze a nácviku situací z praxe účastníků.

Pro firmy, které nemohou uvolnit pracovníky na celý pracovní den, může být workshop obsahově upraven na délku 4 hodin a v průběhu dne se vystřídají po sobě dvě skupiny účastníků.

Obchodní aktivity na veletrhu

„Veletrh je jako sportovní turnaj. Tým musí nastoupit skvěle připravený, být sehraný a odehrát každý „veletržní zápas“ v naprosté koncentraci a s jasnou představou, co chce dokázat. Jen tak zvítězí.“

- Proč jsme právě na tomto veletrhu?
- Co chceme sdělit světu?
- Co je naším obchodním cílem? (sbíráme nové kontakty, máme setkání se současnými klienty, prodáváme)
- Jak jsme na splnění cíle připraveni – jak budeme sledovat v průběhu veletrhu, zda se nám to daří?
- Jak navážeme na veletržní účast po návratu?

V tréninku se výhradně zaměříme na chování a aktivitu lidí na stánku v průběhu veletrhu. Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (např. jaké typy veletržních návštěvníků potkáte, jak s nimi jednat) a tréninku (způsoby navazování kontaktů a oslovování).

BONUS: Reálná simulace obsluhy na veletržním stánku. V prostředí zasedací místnosti postavíme váš „stánek“ s propagačními materiály a s vašimi pracovníky co nejvěrněji nasimulujeme obchodní aktivity.

Obchodník v roli poradce

Klasické nabízení zboží či služeb je „out“. Klienti očekávají odborníka, který se dokáže vcítit do jejich situace a pomůže jim nalézt nejlepší řešení. Profesionální obchodník - poradce proto musí zvládnout několik rolí:

- Umí komunikovat s různými typy lidí.
- Dokáže navázat vztah, zjišťovat informace a naslouchat.
- Předvídá a prezentuje klientovi nové či netradiční řešení.
- Je argumentačně zdatný, umí obhájit své zájmy, ale dokáže být flexibilní.
- Umí říci ne a umí s klientem řešit i nepříjemné situace.
- Systematicky pracuje s nástroji CRM, pracuje plánovitě a cílevědomě.

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu, skupinové diskuze a tréninku. Nacvičujeme zcela konkrétní situace u konkrétních klientů.

BONUS: PŘÍMÝ TRÉNINK ZVLÁDÁNÍ OBTÍŽNÝCH SITUACÍ. Každý účastník si připraví a v rolové hře vyzkouší řešení některé obtížné klientské situace ze své praxe. Máte problém vymáhat po klientovi pohledávky? Je těžké partnerovi říct, že už nedostane další slevu? Nalezneme řešení a nacvičíme postup, který okamžitě použijete v praxi.

Prezentace a obhájení ceny

„Každé zboží má svého kupce.“

- Jak lidé vnímají cenu a 6 základních motivů k nákupu.
- Způsoby prezentace ceny, aby působila co nejvýhodněji.
- Proč mají klienti cenové námitky a jak se k nim „postavit“ – zdají se Vám také Vaše ceny vysoké?
- Technika zvládnutí námitky na cenu a možná protiargumentace.
- Proč jsme vnímáni jako „dražší“ a pojem „total cost of ownership“.
- Jak a kdy dělat cenové ústupky.

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (jaké cenové námitky mají vaši klienti, jaké argumenty používáte vy, sdílení best practice) a tréninku. V rolových hrách „obchodník - klient“ zkusíme schopnost zvládnout cenovou námitku různými protiargumenty.

BONUS: Vytvoříme v průběhu tréninku KNIHU NÁKUPNÍCH MOTIVŮ. Vznikne tím soubor argumentů apelujících na nejrůznější nákupní motivy, se kterými Vaši lidé mohou oslovovat všechny potenciální kupce. Platí, že každé zboží má někde svého kupce. Jdeme je najít! Tento tréninkový den prověří, jak se Vaši lidé ztotožňují s cenou Vašich produktů a služeb a dá jim mnoho nástrojů, jak umět cenu správně prezentovat.

Prezentační pětiboj s tipy a triky pro pokročilé prezentátory

„Pro ty, kdo prezentují často, získali rutinu, ale nechtějí zakrnět.“

- Povinné repete:
oční kontakt, práce s hlasem, struktura prezentace
- Jak unudit, jak nenudit
- Výhody a pasti zapojování publika
- Jak pracovat s PowerPointem
- Nečekané situace při prezentování

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (zkušenosti s konkrétními postupy z praxe účastníků a trenéra) a tréninku (praktické provádění cvičných prezentací).

BONUS: Ve skupině je max. 6 účastníků. Každý si v průběhu dne vyzkouší několik prezentací před publikem. Ihned dostanete okamžitou zpětnou vazbu od ostatních a od trenéra. Nezaújatý realistický pohled, který ve své práci – s ohledem na společenské konvence - jen těžko dostáváte. V čem jste dobří a co byste mohli ještě vylepšit. Víte to?

Segmentace klientů a nastavení CRM

Obchodní aktivity firmy jsou úspěšné, pokud jsou dělané promyšleně. Základním kamenem je dobré segmentování klientů a odpovídající nastavení CRM. Na workshopu se budeme zabývat Vaší klientskou bází a odpovíme na klíčové otázky:

- Kdo jsou naši klienti a proč jsou našimi zákazníky. Kde je ještě potenciál k růstu?
- Typický průběh obchodních zakázek. Akvizice, up-selling a cross-selling.
- Šest základních motivů k nákupu, podle kterých se klienti pro vás rozhodují.
- Segmentace zákazníků z pohledu věrnosti a jak pracovat s jednotlivými skupinami.
- Principy CRM jako systému řízení vztahů se zákazníky.
- SWOT analýza vlastního CRM systému.

Workshop je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (např. při sdělování best practice), případně tréninku (nacvičujeme zcela konkrétní situace u konkrétních klientů).

BONUS: PRAKTICKÉ ZAMĚŘENÍ. Každý účastník si analyzuje svoje vlastní portfolio klientů. V průběhu workshopu získá řadu podnětů a inspirace k uzavírání nových obchodů. Nehledáme tedy vzdálené a oborově nekompatibilní příklady, ale nastavujeme praktické kroky, které lze zítra okamžitě uplatnit ve prospěch vaší firmy.

Sjednávání schůzek po telefonu

„Sjednání schůzky s klientem po telefonu je pro obchodníka jako dýchání pro potápěče. Kdo se to nenaučí, nemůže to dělat.“

- Zákonitosti komunikace po telefonu aneb máte jen 60 sekund!
- Umět zaujmout v prvních větách a navázat kontakt
- Jak klienty přesvědčíte, aby se s vámi sešli
- Jak rychle překonat telefonní námítky „Pošlete mi to nejdřív mailem.“, „Nemám čas.“ apod.?
- Dobrá příprava na telefonát = 90% úspěchu
- Jak překonat obavy z telefonování s neznámými lidmi

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (např. v části tvorba námitek a reakcí na ně) a tréninku (nacvičujeme sjednávání schůzek po telefonu).

BONUS: ŽIVÉ SJEDNÁVÁNÍ SCHŮZEK. Trénink může být součástí vašeho běžného pracovního dne a v rámci tréninku budou účastníci na svém pracovišti živě volat zákazníkům – to, co si nacvičíme, okamžitě použijeme v praxi. Součástí tréninku je rozbor konkrétních obchodních případů. Žádná ztráta pracovního času.

Společně v jedné firmě

Komunikace Čechů a Němců na pracovišti

Naše národy k sobě mají velmi blízko – historií, kulturou, prostředím. O to více nás někdy dokáže překvapit reakce a způsob jednání našeho partnera.

Jak vnímají konkrétní situace v práci Češi a jak Němci?

- V čem se české a německé myšlení liší? Jaké jsou typické reakce?
- Zvládnání úkolů: definovaný plán vs. improvizace.
- Konflikty: věcné řešení vs. zohlednění vztahů a vazeb.
- Oddělování vs. prolínání rolí: práce a soukromý život.
- Nakládání s časem: koncentrovaný výkon vs. flexibilita.
- Konkrétní příklady z praxe a jejich rozbor.

Specificky zaměřeno na pracovní situace ve společných česko-německých podnicích a v obchodních vztazích. Workshop je sestaven tak, aby se v něm střídaly prvky výkladu, skupinové a individuální práce a skupinové diskuze. Ideální je společná účast českých i německých zaměstnanců.

BONUS: Aby workshop mohl být dobře zařazen do běžného pracovního dne, je koncipován jako 4 hodinový. V rámci dne se tak mohou vystřídat i dvě skupiny účastníků. Pochopitelně můžeme připravit interkulturní workshop i jako celodenní akci – přidáním rolových her, řešení případových studií a jejich simulací.

Telefonní akvizice B2B klientů

První krok v obchodě je oslovení potenciálních klientů. V segmentu B2B máte jistým způsobem omezený počet partnerů, kterým Váš produkt nebo službu nabídnete. Je proto důležité co nejlépe „zabodovat“ v každém telefonátu.

- Jak dobře máte vyladěný způsob oslovování Vašich potenciálních zákazníků?
- Umíte zaujmout zákazníka ve dvou větách?
- Jak klienty přesvědčíte, aby kupovali právě od vás?
- Zvládáte nejtýpější telefonní námitky? („Tak mi to pošlete do mailu.“, „My už ale dodavatele máme.“, „Jde nám čistě o cenu.“ apod.)
- Vytěžíte něco i z odmítnutí?

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (např. v části tvorba námitek a reakcí na ně) a tréninku (nacvičujeme zcela konkrétní situace volání klientům).

BONUS: PŘÍMÁ AKVIZICE BĚHEM TRÉNINKU. Trénink může být součástí vašeho běžného pracovního dne a v rámci tréninku budou účastníci na svém pracovišti živě volat zákazníkům – to, co si nacvičíme, okamžitě použijeme v praxi. Žádná ztráta pracovního času.

Úspěšné vyjednávání

„O výsledku mnohaměsíční práce může rozhodnout pár minut jednání. Záleží na tom, jak je obchodník zvládne.“

- Co ovlivňuje výsledek obchodního jednání?
- Které argumenty budou na klienta platit a kdy je použít?
- Jak se může obchodní jednání vyvíjet a jaké taktiky v jeho průběhu využít?
- Co když mě obchodní partner „tlačí do kouta“?
- Jaký vliv má verbální a neverbální projev na výsledek jednání?

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (které argumenty v jednání použít a kdy, rozbor obchodních případů z praxe a sdílení best practice) a tréninku (zkoušíme vyjednávací taktiky v rolových hrách „prodávající - kupující“).

BONUS: Zařadíme do programu vyjednávací hru podle Vašeho konkrétního obchodního případu. Přípravu zadání, popis rolí a dramaturgii vyjednávací hry domluvíme se zodpovědným pracovníkem Vaší firmy předem. Velmi doporučuji - **extrémně praktické pro účastníky!**

Vedení obchodní schůzky

„Proč obchodníci tak moc mluví a tak málo se baví s klienty?“

- S čím za klienty jdete a co vlastně klienti očekávají?
- Jednotlivé fáze obchodní schůzky (typově pro první a udržovací schůzku).
- Čím zaujmout, když trh je rozdělen?
- Jak jednat s různými typy komunikačních osobností.
- Kladení otázek a zjišťování informací (bavit se s klientem).
- Možné závěry obchodní schůzky a následná komunikace.

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (jak a čím mohu klienta zaujmout, jednání s různými typy klientů, rozbor obchodních případů z praxe a sdílení best practice) a tréninku (vedení dialogu, kladení otázek a naslouchání v rolových hrách „prodávající - kupující“).

Bonus: Účastníci si provedou vlastní test a rozbor své komunikační osobnosti.

Tento trénink je určen zejména nováčkům v obchodě, popřípadě obchodníkům s kratší praxí ve vedení klasických obchodních schůzek.

Vymáhání pohledávek pro obchodníky (a další pracovníky firmy)

Vymáhání neuhrazené pohledávky po vašem zákazníkovi prověří, jak zdravě jste si s ním nastavili vztah. Málokoho vymáhat „baví“, ale dobré účty dělají dobré přátele. Hurá do toho!

- Neuhrazené pohledávky – čím je to problém v rámci firmy.
- Asertivita a manipulace a jak je využít při vymáhání.
- Jak se nenechat protistranou vyvést z míry.
- Typické znaky problematických klientů a budoucího neplatičů.

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (např. reakce klientů na jejich dluh, varianty výmluv a reakce na ně) a tréninku (nacvičujeme zcela konkrétní situace vymáhání u konkrétních klientů).

BONUS: PŘÍMÝ TRÉNINK VYMÁHÁNÍ NEUHRAZENÝCH POHLEDÁVEK. S připravenou sestavou pohledávek po splatnosti budeme v rámci tréninku provádět vymáhací telefonáty a to, co si nacvičíme, tak okamžitě použijeme v praxi. Takový trénink jistě podpoří i finanční ředitel!

Zvládání námitek a suverénní argumentace

„Dejte mi pár argumentů a zvládnou jakoukoliv námitku.“

- Vaše prodejní argumenty aneb proč si mají klienti kupovat PRÁVĚ od vás?
- Šest nejsilnějších motivů k nákupu a jak je všechny využíváte?
- Proč mají klienti námítky a jak se k nim „postavit“.
- Technika zvládnutí námitek, nejčastější námítky bez ohledu na branži.
- Tři nejúčinnější metody, jak ovlivnit nákupní rozhodování klienta.

Tréninkový den je postaven tak, že se v něm střídají prvky školení (výkladu), workshopu a skupinové diskuze (jaké námítky mají vaši klienti, jaké obchodní argumenty používáte vy, sdílení best practice) a tréninku. Zkoušíme pohotovost a schopnost zvládnout jakoukoliv námitku a obrátit argumentovat v rolových hrách „obchodník - klient“.

BONUS: Vytvoříme v průběhu tréninku NÁMITKOVNÍK. Vznikne soubor nejčastějších námitek, se kterými se vaši pracovníci setkávají, a k nim doplníme argumenty, jak je možné danou námitku zvládnout. Získáte firemní studijní materiál, který by se měl stát povinnou pracovní pomůckou pro každého zaměstnance, a to nejen v oblasti obchodu!

Zvládání priorit a úkolů

Jak uspořádat svůj čas a zařídit, že je uděláno

Když se na Vás valí jeden úkol za druhým, když nevíte kam dřív, je každá rada drahá. Ovšem jen Vy máte svou situaci ve svých rukou. Času víc nebude.

- Eisenhowerův princip určování priorit
- Zloději času a jak s nimi naložit
- Zdvořilé odmítnutí
- Broušení pily podle Coveyho
- Occamova břitva
- Zapojení členů týmu do plnění úkolů
- Delegování – co, kdy, proč a jak delegovat
- Konkrétní příklady z praxe účastníků a jejich rozbor

Trénink je sestaven tak, aby se v něm střídaly prvky výkladu, skupinové a individuální práce, skupinové diskuze a nácviku situací z praxe účastníků.

BONUS: ROZLOŽENÍ TRÉNINKU NA DVĚ ČÁSTI NEBO NA DVA DNY. Nemůžete uvolnit všechny pracovníky na školení na celý pracovní den? Domluvíme se a trénink rozložíme podle vašich časových možností.

Reference

Rohde spol. s r.o.

Obor: výroba pecí pro výrobu keramiky
Aktivita: poradenství, školení, koučování



První chodská s.r.o.

Obor: prodej a výroba stavebních materiálů
Aktivita: školení, koučování



ZPA Smart Energy s.r.o.

Obor: výroba a prodej měřících zařízení pro energetiku
Aktivita: školení, trénink



Autoneum

Obor: výroba dílů pro automotive
Aktivita: školení, teambuilding



Preciosa

Obor: výroba a prodej bižuterie
Aktivita: koučink



PSA Trading s.r.o.

Obor: prodej osobních vozidel
Aktivita: koučování, trénink, poradenství



PSA TRADING

Ing. Dušan Jílek



Svou profesní kariéru rozvíjel v oblasti řízení obchodu, vedl obchodní týmy a řídil obchod v oblasti retailu v zahraničních bankách. V letech 2005 – 2014 byl spolujednatel a manažerem společnosti Everesta. Jako lektor, kouč a konzultant pracoval na desítkách projektů pro firmy ze všech oblastí průmyslu, dopravy i služeb. Díky své jazykové výbavě byl mj. garantem cizojazyčných programů a spolupracoval se zahraničními managementy klientů. Nyní se věnuje samostatnému podnikání jako nezávislý lektor, konzultant a kouč.

V oblasti poradenství se zaměřuje na oblasti zavádění a zefektivňování procesů, efektivní vnitřní komunikaci a zvýšení zisku firem a organizací.

M + 420 775 201 325
info@dusanjilek.cz
www.dusanjilek.cz

