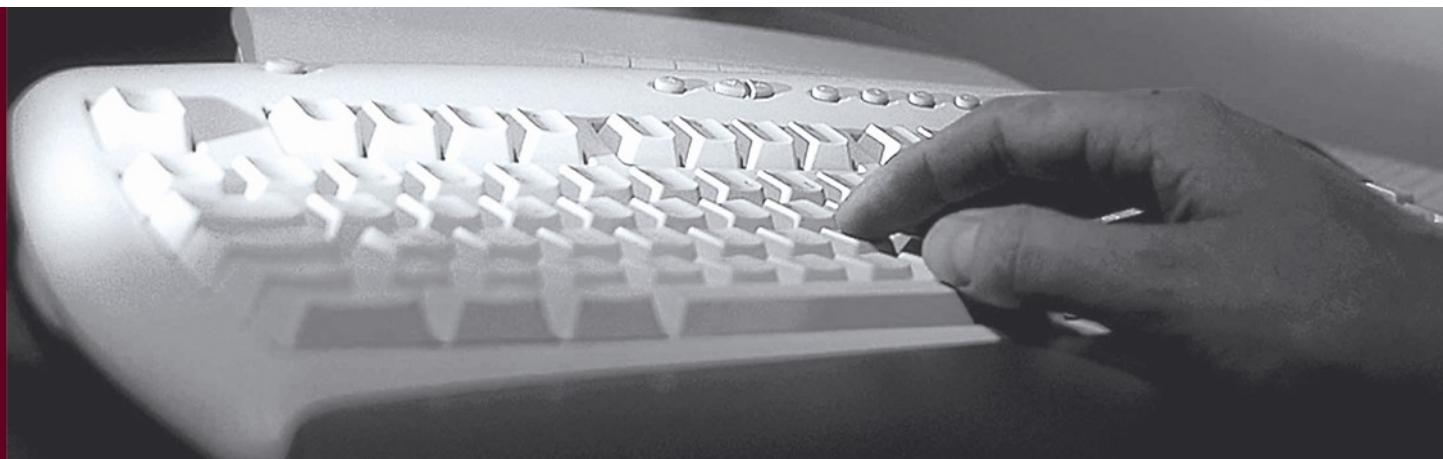


Školení v oblasti
služeb

Školící program



Aktivní prodej s MadaWin a MadaPro

Obsah

1.	Nabídky služeb v základním procesu	2
2.	Krátká prezentace "Aktivní prodej"	4
3.	První kontakt "Aktivní prodej"	6
4.	Využití "Aktivního prodeje" v autosalonu	7

1. Nabídky služeb v základním procesu

(cca 30 min.)

Didaktické pozadí

- Účastníci částečně znají **zásilkový systém** a možná si vytvořili vlastní řešení nabídek
- Účastníci **jen** částečně znají systém balíčku a **vytvořili si** své vlastní řešení pro nabídky
- Účastníci částečně znají **paketový systém** a pro nabídky vytvořili vlastní **možná** řešení

- Problémy týkající se jednotlivých nabídek v každodenní činnosti **mají být vytvářeny vědomě**, aby byl uplatněn přínos nové funkce
- Problémy týkající se jednotlivých nabídek v každodenním provozu **by měly být objasněny tak**, aby byl přínos nových funkcí co největší
- Problémy týkající se jednotlivých nabídek v každodenní činnosti **mají být vytvářeny vědomě**, aby byl uplatněn přínos nové funkce
-

Účastníci reflektují své zkušenosti **z** každodenního života na téma "Aktivní prodej".



Flip chart

Účastníci **odráželi jejich** zkušenosti **z** každodenního života na téma „Aktivní prodej“.

1.1. Průběh

Školitel sbírá od účastníků odpovědi na tyto dvě otázky:

Trenér shromažďuje od účastníků odpovědi na následující dvě otázky:

Trenér sbírá **odpovědi od účastníků na tyto dvě otázky**:

- Jaké typy služeb existují v servisu?
- Jaké typy nabídek jsou **ve službě**?
Měly by být uvedeny následující body:
- Následující body by **měli** být uvedeny
 - Údržba
 - Individuální (nabídky služeb pro konkrétního zákazníka nebo podle jeho jednání)
 - **Jednotlivce** (nabídky služeb pro konkrétní profily zákazníka nebo chování zákazníků)

Aktivní prodej s MadaWin a MadaPro Školící program

Témata/ cíle kurzu

Pracovní prostředky

- Inovace / příslušenství
- Dovybavení/příslušenství
-
- Bezpečnost / právní předpisy
- Konzervace / taktické nabídky (nabídky služeb k odstranění kosmetických vad a zachování kontaktu se zákazníky, případně jejich znovuzískání).
- Zachování hodnoty / taktické nabídky (servisní nabídky jak napravit kosmetické škody a zůstat v kontaktu se zákazníky anebo je obnovit).
- Zachování hodnoty / taktické nabídky (Servisní služby odstraňující kosmetické vady a udržující či obnovující kontakty se zákazníky).
-
- Finanční služby
- Co dělá nabídku atraktivní?
 - být okamžitě k dispozici (nikoli: "K tomu si musím nejdříve něco vyhledat a ozvu se později")
 - nyní k dispozici (nikoli: "Protože musím něco zjistit a hlásit se později")
 - jasně popsany výkon
 - závazná, výhodnější cena (zobrazení úspory oproti UPE)
 - závazná, výhodná cena (s výjimkou ušetření oproti nezávaznému cenovému doporučení) (s výjimkou ušetření oproti nezávaznému cenovému doporučení)
 - vhodná reakce na konkrétní situaci klienta (vozidlo, výkon vozidla v km, stáří, vybavení)
 - přizpůsobená konkrétní situaci klienta (vozidlo, km-výkon, stáří, vybavení)
 - nové nabídky (nenechat se zákazníkem odmítnout)
 - nová (nikdy zamítnutá zákazníkem)
 -
 - atd.

Poznámka pro školitele:

Školitel se může později k těmto dvěma Flipcharts vrátit a ukázat na nich, jak "Aktivní prodej" přispívá k vytváření atraktivních nabídek.

Trenér může znovu využít těchto dvou flipchartů, aby se ukázalo, jak prospívá „Aktivní prodej“ atraktivním nabídkám.

Aktivní prodej s MadaWin a MadaPro
Školící program

Témata/ cíle kurzu

Pracovní prostředky