



evropský
sociální
fond v ČR



EVROPSKÁ UNIE



MINISTERSTVO ŠKOLSTVÍ,
MLÁDEŽE A TĚLOVÝCHOVY



OP Vzdělávání
pro konkurenceschopnost

INVESTICE DO ROZVOJE VZDĚLÁVÁNÍ

Obchodní provoz	28. Příprava zboží k prodeji, vlastní prodej a jeho technika
Identifikátor	CZ.1.07/1.5.00/34.0597
Předmět	Obchodní provoz
Ročník	2.
Obor, Kód	Prodavač 66-51-H
Anotace	Takto šablona slouží jako podklad pro výuku předmětu obchodní provoz. Objasňuje základní pojmy z oblasti příprava zboží k prodeji vlastní prodej, nabídky zboží a jeho technika. Součástí jsou tři úkoly, kde je možné ověřit a upevnit získané znalosti. Na tuto šablonu navazují další výukové materiály, které vytvářejí jednotný celek k výuce obchodního provozu.
Autor	Marie Mošnová a Dagmar Jandová
Jazyk	čeština
Očekávaný výstup	Žák chápe, že přesvědčivá nabídka prokáže schopnost umění jednat s lidmi.
Klíčová slova	Dodatečná, doplňková, připomínková a nabídka nových druhů zboží.
Druh výukového zdroje	výklad
Typ interakce	kombinované
Cílová skupina	žák
Stupeň a typ vzdělávání	střední odborné
Věková skupina	15 - 18
Datum vytvoření	4. 1. 2013

28. Příprava zboží k prodeji, vlastní prodej a jeho technika

Vlastní prodej

Nabídka zboží. V abecedě úspěšnosti obchodní formy nesmí chybět nabídka zboží, která by měla být působivá a co **nejúčinněji podnítit zájem o koupi zboží**. Zboží může být nabízeno při prodejním rozhovoru, ve výkladní skříni nebo vhodným vystavením a rozmístěním v prodejní místnosti.

U klasického prodeje s obsluhou je velmi důležitá **osobní nabídka**. Od prodavače vyžaduje **znalosti** o prodávaném zboží a o psychologii zákazníka. Přesvědčivou nabídkou zboží prodavač prokáže schopnost **umění jednat s lidmi**, usnadní zákazníkovi rozhodování a utvrdí ho v názoru, že jedná se skutečným odborníkem.

Osobní nabídku dělíme:

1. **Doplňková /dodatečná/ nabídka** v prodejnách s obsluhou ji obstarává prodavač. Pravidlem je, postupovat tak, aby zákazník neměl nikdy pocit, že jej ke koupi nabízeného zboží nutíme. Mluvíme prostě, jasně, přirozeně, zřetelně a se správnou výslovností. Nabízíme takové druhy, které jsou vhodné pro doplnění, ošetření nebo úpravu vybraného zboží. Nejlepší formou dodatečné nabídky je předvedení zboží, ukázka a zdůvodnění, proč je koupě výhodná.
1. **Úkol: uveďte příklady doplňkové – dodatečné nabídky**

<i>druh zboží</i>	<i>příklady</i>
<i>Pánský oblek</i>	
<i>Káva a čaj</i>	
<i>Dámská obuv</i>	
<i>Sada nožů</i>	
<i>Vetlínské zelené</i>	

2. **Nabídka nových druhů** – je nutné, aby se prodavači s každým novým druhem zboží dokonale seznámili. Musí vědět o všech přednostech a výhodách nových druhů a musí znát, jak se ošetřují, obsluhují nebo upravují. U nově nabízeného zboží musí vedoucí dbát na jeho **vhodnou propagaci** formou poutačů s textem, na kterých je stručně uvedena funkce a užité vlastnosti výrobku, jeho přednosti. Zásadou je, aby takovéto zboží bylo viditelně označeno jako novinka a dále cenovkou.
3. **Připomínková nabídka** zboží je takový druh nabídky, **který zákazníkovi připomene, že určitý druh zboží je ještě na skladě a je výhodné si je koupit** právě v tuto dobu, kdy je ho dostatek a je například prodáván se slevou. Tato nabídka je velmi účinná – v praxi byla tato činnost prokázána.

2. Úkol - nepravdivá tvrzení

Pozorně si **přečtete** následující text a **určete** nevhodné nabídky:

Doplňková nabídka je:

a/ zákazník požaduje kuře mražené, prodavač nabídne kachnu mraženou

b/ zákazník nakupuje obuv a prodavač mu k obuvi nabídne prostředek na ochranu tohoto výrobku

c/zákazník požaduje napařovací žehličku, a k tomuto zboží prodavač jako doplňkovou nabídku

nabídne novinku, žehlicí prkno Torro Basic

Kulturnost a odbornost obsluhy

Prodej zboží je jednou z nejdůležitějších činností prodejny, která se realizuje v podobě vyspělé kulturní a odborné obsluhy. Práce v obchodě, která je náročná jak fyzicky, tak psychicky, neznamená jen **ochotu a zdvořilost**, ale také **spolehlivost, výkonnost, solidnost a poctivost**. K práci v obchodě je potřeba nejen dobré vůle a poctivé snahy, ale i vnímavého vztahu k lidem, laskavosti a mnoha odborných vědomostí a dovedností.

Zásady prodejního styku se zákazníky

Každý pracovník prodejny se musí chovat zdvořile. Slušný pozdrav, vhodné oslovení, klidné chování, jasná a správná mluva, ochota a vlídnost, to vše patří k zdvořilé obsluze. Slova děkuji a prosím pomáhají k úspěšnému jednání se zákazníky.

Při **obsluze a jednání se zákazníky** ve všech formách prodeje se všeobecně řídíme těmito pravidly:

a/ pro jednání prodavače se zákazníkem je třeba vytvářet **vhodnou atmosféru**, která je dána částečně vystupováním prodavače a částečně prostředím prodejny

b/ velice záleží na **prvním dojmu** při uvítání zákazníka a navázání rozhovoru **a proto při příchodu zákazníka zdvořile zdravíme, nedáváme ruce do kapes, nebavíme se s ostatními prodavači před zákazníky, v prodejní místnosti nejíme a nepijeme.**

c/ každé jednání se zákazníky musí být **individuální**, přizpůsobené jeho osobnosti a momentálnímu duševnímu stavu

d/ není možné rozlišovat sympatické a nesympatické zákazníky, s každým zákazníkem se **musí jednat stejně, i když individuálně**

e/ prodavač musí být vnímavý a pozorný ke kupujícím, musí dbát na celkový postoj, výraz obličeje, **nesmí dát najevo spěch** nebo únavu, nesmí porušovat pravidla společenského chování

f/ mluvit má prodavač **věcně, prostě a srozumitelně**, přitom má **uplatnit** správně svoji **odbornost**, více se ptát než hovořit a využívat odpovědí a informací při nabídce zboží a argumentaci

g/ zjišťování potřeb zákazníka je hlavní oblastí, kde se mohou uplatnit **dovednosti a znalosti prodavače**

h/ při případném **konfliktu** je nejdůležitější zachovat **klid**

i/ závěrečné jednání se zákazníkem se nesmí podceňovat, na rozloučenou má být **poděkování a pozdravení** samozřejmostí

Hlavní činností prodavačů v prodejnách je obsluha zákazníků a úspěšný prodej zboží a odborná a kulturní obsluha musí být hlavním činitelem při získávání úplné spokojenosti zákazníků.

Kulturní a odborná obsluha předpokládá, že prodavači ochotní, vlídní, že jsou dobrými zbožíznalci, že úzkostlivě dodržují hygienické zásady. Spokojenost z odborné a kulturní obsluhy se projeví především tím, že kupující

a/ bude spokojen se zdvořilou obsluhou

b// bude spokojen s dobrou jakostí a bude mít radost z nakoupeného zboží

c/ bude potěšen přátelskou a odbornou poradou při výběru zboží

Má-li prodavač skutečně odborně a kulturně obsluhovat zákazníka, musí bezpodmínečně znát

a/ hygienické zásady, význam čistého oblečení a vhodné úpravy svého zevnějšku

b/ správné společenské chování a taktní zdvořilé jednání

c/ psychologie zákazníků, aby vždy volil nejvhodnější způsob obsluhy a vztah ke každému zákazníkovi

d/ užité vlastnosti prodáváného zboží

e/ příslušné sortimentní skupiny a přehled zásob zboží

f/ prodejní techniku, platné předpisy o prodeji a maloobchodní ceny

Vlastní prodejní proces začíná okamžikem, kdy zákazník vstoupí do prodejny a končí jeho odchodem.

3. Úkoly:

1. *Jakými pravidly se při obsluze a jednání se zákazníky se všeobecně řídíme?*

2. *Co musí prodavač znát, aby odborně a kulturně obsluhoval zákazníka?*

Použitá literatura: Novotný Mojmír, Obchodní provoz pro střední odborná učiliště 1.vyd. Praha: Fortuna 2003

223 s. ISBN 80-716-8845-2