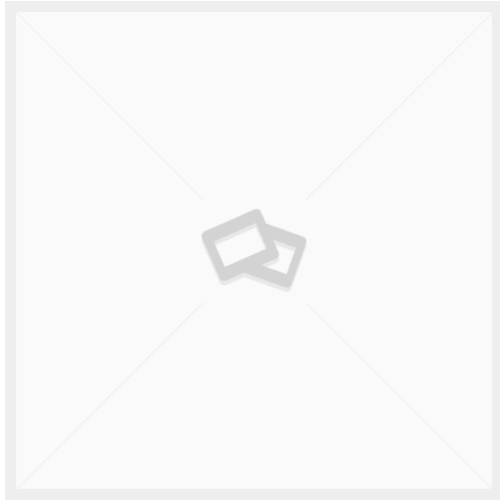




PSIHOLOGIJA PRODAJE: TEMELJNE ZAKONITOSTI PREPRIČEVANJA

OPIS

Ali veste, zakaj je psihologija tako zelo pomembna v trgovskem okolju?

Tako kot vsak visoko kompleksni sistem vsebuje tudi človeško vedenje določene zakonitosti. Ste kdaj razmišljali zakaj imamo ljudje potrebo dati, sprejeti in vrniti darilo? Zakaj smo pripravljeni slepo slediti avtoriteti ali kaj pomeni personalizacija izdelka in kako te zakonitosti uporabiti pri prodaji?

Poznavanje temeljnih psiholoških zakonitosti človeškega vedenja nam omogoča vpliv na proces sprejemanja odločitev.

Psihologija nudi prodaji ključ, kako stranko spodbuditi, da se odloči za nakup.

Prvič pri nas izvajamo intenziven **dvodnevni program**.

Komu je seminar namenjen?

Seminar je namenjen vsem, ki se v okviru svojega dela ukvarjate s prodajo.

Cilj programa je udeležencem zagotoviti znanja:

- **tipičnih vedenjskih vzorcev,**
- **psiholoških zakonitosti, s pomočjo katerih je lažje razumemo človekovo vedenje,**
- **kako naše vedenje vpliva na sogovornika,**
- **kako lahko vplivamo na sprejemanje odločitev sogovornika,**
- **kako ugotoviti ujemanje njegovega besednega sporočanja z njegovo telesno govorico,**
- **o profiliranju in zakonitostih uspešnega prepričevanja.**

Kratka vsebina

1. dan (15. 3. 2017 od 9.00 do 13.15 ure)

- Psihosocialne teorije in prepričevanje
- Veščine in znanja prodaje
- Vedenjska analiza
 - Osnovna pravila vedenjske analize, ki jih mora poznati dober prodajnik
 - Objektivni dejavniki, subjektivni dejavniki, ki vplivajo na vedenje posameznika
 - Detekcija vedenjske analize; Kako preverjamo vedenjski vzorec posameznika?
 - Lastno vedenje:

- Temelji uspešnega načina vzpostavitve kvalitetnega odnosa
- Vedenje stranke:
 - Neverbalna komunikacija: facialna ekspresija
 - Telesne neverbalne obrambne pozicije
 - Verbalna ekspresija in verbalne obrambne pozicije

2.dan (17. 3. 2017 od 13.00 do 17.00 ure)

- Profiliranje:
 - Obstoječi kupci
 - Izgubljeni kupci
 - Novi kupci
- Teorija socialnega precejevanja
 - Kje je problem
 - Psihološki proces
 - Fenomen branda
 - Socialno vedenjski vzorci
- Uspešno prepričevanje

AVTORJI

Goran Savič

Celotni življenjepis je na voljo [tukaj](#).