

# Obsah

Seznam obrázků	8
Seznam tabulek	9
Předmluva	10
Značky a symboly v učebním textu	11
<b>1. KAPITOLA: KOMUNIKAČNÍ DOVEDNOSTI V OBCHODĚ</b>	<b>15</b>
1.1 Komunikace a komunikační proces	16
1.1.1 Komunikační proces	17
1.2 Komunikační dovednost	19
1.2.1 Dovednost	19
1.2.2 Dovednosti v komunikaci	20
1.2.2 Komunikační dovednosti v obchodě	20
1.2.3 Neverbální komunikace při obchodním jednání	21
1.2.4 Osobnost komunikujícího	23
1.3 Proces komunikace – kladení otázek, naslouchání	24
1.3.1 Technika kladení otázek	24
1.3.2 Aktivní naslouchání	25
<b>2. KAPITOLA: ŘÍZENÍ NÁKUPU</b>	<b>31</b>
2.1 Role nákupu ve firmě	32
2.1.1 Nákupní marketing	33
2.1.2 Proces řízení nákupu	35
2.1.3 Modely nákupního procesu	35
2.2 Strategické řízení nákupu	37
2.2.1 Funkční strategie nákupu	38
2.2.2 Vymezení role a rozsahu odpovědností nákupu	39
2.2.3 Vymezení role a rozsahu odpovědností nákupu	40
2.2.4 Organizování a řízení nákupu	40
2.2.5 Řízení lidských zdrojů	41
2.2.6 Kontrola nákupu	42
2.2.7 Řízení kvality dodávek	42
2.2.8 Informační podpora nákupu	43
<b>3. KAPITOLA: VYJEDNÁVÁNÍ A ŘEŠENÍ KONFLIKTŮ, BARIÉRY V KOMUNIKACI, TVORBA DOHODY</b>	<b>49</b>
3.1 Vyjednávání v procesu komunikace	50
3.1.1 Vyjednávání	50
3.1.2 Fáze vyjednávání	51
3.1.3 Základní vyjednávací strategie a taktiky:	51

3.1.4	Chyby při vyjednávání	52
3.2	Vyjednávací styly	53
3.3	Bariéry v komunikaci při vyjednávání	55
3.3.1	Bariéry v komunikaci	55
3.3.2	Zdolávání námitek	56
3.4	Konflikty při vyjednávání a jejich řešení	56
3.4.1	Konflikty	56
3.4.2	Řešení konfliktů	58
3.4.3	Sociální konflikty	59
3.5	Tvorba dohody	60
<b>4.</b>	<b>KAPITOLA: OBCHODNÍ JEDNÁNÍ</b>	<b>65</b>
4.1	Příprava na jednání	66
4.2	Obchodní jednání a jeho průběh	66
4.2.1	Dvě úrovně obchodního jednání	66
4.2.2	Prodejný rozhovor	67
4.2.3	Obchodní jednání	69
4.3	Závěr jednání	73
4.4	Poprodejný komunikace se zákazníkem, péče o zákazníka	73
4.4.1	Zákaznický servis	74
4.5	Kompetenční model obchodníka	75
4.6	Specifika obchodního jednání se zahraničními partnery	77
<b>5.</b>	<b>KAPITOLA: ZÁKAZNÍK A JEHO ROLE V OBCHODĚ</b>	<b>85</b>
5.1	Charakteristika zákazníka	86
5.1.1	Druhy zákazníků	87
5.1.2	Osobnostní typy zákazníků	88
5.2	Preference zákazníků	90
5.3	Hodnota pro zákazníka	91
5.3.1	Analýza hodnoty pro zákazníka	92
5.4	Role očekávání zákazníka ve vztahu ke spokojenosti	95
5.4.1	Zdroje očekávání zákazníků	95
5.5	Akvizice – získání zákazníka	97
5.6	Argumentace	100
<b>6.</b>	<b>KAPITOLA: OBCHODNÍ MANAŽER</b>	<b>107</b>
6.1	Obchodní manažer	108
6.2	Osobnost manažera	110
6.3	Klíčové dovednosti manažera	114
6.4	Motivace obchodníků	116
6.4.1	Vztah mezi motivací, spokojeností s prací a výkonem	117
6.4.2	Specifika motivace u obchodních pozic	118
6.5	Aktuální trendy v manažerské práci	119
<b>7.</b>	<b>KAPITOLA: OBCHODNÍ TÝM, JEHO TVORBA A ROLE V TÝMU</b>	<b>125</b>
7.1	Obchodní (pracovní) tým a jeho tvorba	126
7.2	Role v týmu	127

7.2.1 Devět týmových rolí	127
7.3 Práce v týmu	129
7.4 Rozhodování v týmu	132
7.5 Konflikty v týmu a jejich řešení	134
<b>8. KAPITOLA: ŘÍZENÍ LIDÍ, LIDSKÝ FAKTOR JAKO DETERMINANTA ZMĚN</b>	<b>139</b>
8.1 Řízení lidí a komunikace	140
8.1.1 Management versus leadership	141
8.2 Styly vedení	143
8.2.1 Kontrola (vedení) vs. pomoc	146
8.3 Motivace pracovníků	147
8.4 Koučování	149
<b>9. KAPITOLA: OSOBNÍ PRODEJ A JEHO SPECIFIKA</b>	<b>157</b>
9.1 Osobní prodej jako nástroj marketingové komunikace	158
9.1.1 Fáze osobního prodeje	161
9.2 Specifika osobního prodeje	162
9.3 Lidský faktor a jeho úloha v osobním prodeji	164
9.3.1 Umění argumentace a vyjednávání	165
9.4 Pyramida potřeb	167
9.5 Prodejní pyramida	168
9.5.1 Pyramidová schémata	169
9.5.2 MLM vs. pyramida	169
9.6 Etické aspekty osobního prodeje	170
9.7 Prodej zboží a služeb	172
9.8 Strategie tlaku a strategie tahu	173
9.8.1 Klíčové rozdíly mezi Push a Pull strategiemi	175
<b>10. KAPITOLA: ŘÍZENÍ VZTAHŮ SE ZÁKAZNÍKY – CRM</b>	<b>181</b>
10.1 Co je CRM?	182
10.1.1 Prvky kvality CRM	185
10.1.2 Architektura CRM	186
10.2 Typy strategie CRM	188
10.3 Kdo je zákazníkem?	189
10.4 Hodnota vztahů se zákazníky	190
10.4.1 Vymezení spokojenosti zákazníka	191
10.5 Překážky při zavádění CRM	195
10.6 Aktuální trendy v CRM	196
Glosář	201
Literatura	205
Vzorový test	212