

## Sadržaj:

1. UVOD .....	3
1.2. Ciljevi istraživanja.....	4
1.3. Osnovna hipoteza .....	4
1.4. Struktura rada .....	4
2. TEORIJSKI ASPEKTI LIČNE PRODAJE .....	5
2.1. Prodaja kao proces.....	5
2.2. Lična prodaja.....	6
2.2.1. Lična prodaja kao proces.....	7
2.2.2. Značaj lične prodaje .....	9
2.2.3. Principi lične prodaje.....	10
2.2.4. Karakteristike lične prodaje.....	10
2.2.5. Prednosti i nedostaci lične prodaje.....	10
3. KOMUNIKACIJA I NJENI OBLICI.....	11
3.1. Oblici komunikacije .....	13
3.1.1. Verbalna komunikacija.....	13
3.1.2. Neverbalna komunikacija.....	14
3.1.3. Ostali oblici komunikacije.....	16
3.2. Poslovna komunikacija.....	16
4. UTICAJ NEVERBALNE KOMUNIKACIJE NA LIČNU PRODAJU .....	18
4.1. Kontakt očima .....	20
4.2. Pokreti rukama.....	23
4.3. Položaj dlanova .....	26
4.4. Izrazi lica .....	27
4.5. Pokreti glavom .....	29
4.6. Gestovi i pokreti tijela .....	29
4.7. Držanje tijela .....	30
4.8. Razdaljina i orijentacija tijela.....	31
4.9. Poslovno oblačenje.....	32
5. PRIMJER- UTICAJ NEVERBALNE KOMUNIKACIJE NA LIČNU PRODAJU U RAIFFEISEN BANK D.D. ....	35
5.1. Neverbalni znakovi u Raiffeisen Bank.....	36
5.2. Projekat lične prodaje (Mobilni bankar).....	37
ZAKLJUČAK .....	38
LITERATURA .....	39
POPIS SLIKA .....	40