

S A D R Ž A J:

UVOD.....	1
1. MANADŽMENT PRODAJE.....	2
2. MEHANIZMI RUKOVOĐENJA PRODAJOM	3
2.1 Sistem odgovornosti menadžmenta u prodaji.....	3
2.1.1. Prodajno planiranje	3
2.1.2. Prodajni proračun.....	4
2.2. Utvrđivanje veličine prodajnih snaga i odmjeravanje prodajnih napora	5
2.3. Organizacija prodaje.....	6
3. PRODAJNE METODE SAVREMENOG VREMENA	7
3.1 Proces prodaje na kreativan način	7
3.1.1 Stav prije stupanja u kontakt s kupcem.....	8
3.1.2 Način pristupanja kupcu	8
3.1.3 Kontakt inicijalnog karaktera.....	8
3.1.4 Način prezentovanja robe	9
4. METODE OBUKE PRODAVACA.....	11
4.1 Predavanja.....	14
4.2 Grupne diskusije	14
4.3 Igranje uloga	14
4.4 Korištenje telekomunikacija za obuku polaznika	15
4.5 Video - trake	15
4.6 Držanje obuka i prezentacija preko slajdova	15
4.7 Simulacijska igra	16
4.8 Seminari za obučavanje polaznika.....	16
4.9 Kursevi za obuku polaznika.....	16
5. ORGANIZACIJA PRODAJNIH SNAGA	17
5.1 Pronalazak i aktivacija prodajnih snaga	18
5.1.1 Poslovni zadaci i njihova analiza.....	19
5.1.2 Prodavčeve karakteristike	19
5.1.3 Način traganja za kandidatima.....	20
5.2 Pincip obuke i odabira kandidata.....	21
5.3 Značaj motivacije za prodajno osoblje	24

6. PRODAJNO ODJELJENJE I NJEGOVA ORGANIZACIJA	33
6.1 Podjela autoriteta i njegovi principi.....	34
6.2 Organizovanje prodaje i njegovi modeli.....	35
7. PRODAJNO OSOBLJE I NJIHOVA OBUKA	37
7.1 Program obuke.....	37
7.1.1 Sadržaj programa obuke	38
ZAKLJUČAK	39
LITERATURA.....	41