



ОБУКА ЗА МЕКИ ВЕШТИНИ

ПРИРАЧНИК ЗА:

**ДЕФИНИРАЊЕ НА ОСНОВНИТЕ
ПРИНЦИПИ ЗА ВОСПОСТАВУВАЊЕ НА
СОРАБОТКА СО МУЛТИНАЦИОНАЛНА КОМПАНИЈА**

**ПРОМОЦИЈА И ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА
ПРОИЗВОДИ И УСЛУГИ ПРЕД ПОТЕНЦИЈАЛНИ
КУПУВАЧИ И ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА САЕМ**

**ПРЕЗЕНТАЦИСКИ И
КОМУНИКАЦИСКИ ВЕШТИНИ**





ОБУКА ЗА МЕКИ ВЕШТИНИ

ПРОЕКТОТ Е ФИНАНСИРАН ОД ЕВРОПСКА УНИЈА

Инструмент на Европска Унија за Пред-пристапна помош - ИПА

МОДУЛ 1

ДЕФИНИРАЊЕ НА ОСНОВНИТЕ
ПРИНЦИПИ ЗА ВОСПОСТАВУВАЊЕ НА
СОРАБОТКА СО МУЛТИНАЦИОНАЛНА КОМПАНИЈА

МОДУЛ 2

ПРОМОЦИЈА И ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА
ПРОИЗВОДИ И УСЛУГИ ПРЕД ПОТЕНЦИЈАЛНИ
КУПУВАЧИ И ПРЕТСТАВУВАЊЕ НА САЕМ

МОДУЛ 3

ПРЕЗЕНТАЦИСКИ И
КОМУНИКАЦИСКИ ВЕШТИНИ

ПЕТАР ЛАЗАРОВ

СКОПЈЕ, ОКТОМВРИ, 2018

Содржина

Вовед	1
Карактеристики на врвен професионалец	2
Опстанок на месечината.....	3
Само менаџирање.....	5
Што е EQ?	6
Што е емпатија?.....	6
Менаџирање на стрес - Само-контрола.....	7
Само – мотивација	7
Тест за тимските улоги според „Belbin“	8
Прашање	11
ПРОМОЦИЈА И ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА ПРОИЗВОДИ И УСЛУГИ	16
Продажбата како наука	16
Директна продажба: Посета на саем	18
Фази.....	18
Чекори во продажбата	18
Пред продажба: Подготовка за саем	19
Пред-саемски активности	19
Продажба: Посета на саем	22
Саемски активности	22
После-продажба: После саем.....	29
Однос со купувачите.....	30
Менаџирање на односот со купувачот.....	30
ПРЕЗЕНТАЦИСКИ И КОМУНИКАЦИСКИ ВЕШТИНИ	33
Пирамида на учење	34
Стилови на учење	35
ВАК Прашалник за одредување на начини на учење.....	41
Креирање на промотивно-продажна презентација	43
Дизајн на презентација	44
КОМУНИКАЦИСКИ ВЕШТИНИ	48
Поим за комуникација	48
Видови на комуникација.....	48
Типови на тешки слушатели.....	51
Како во непријатните ситуации?	52
Методологии	53

Вовед

Прирачникот за меки вештини е изработен во рамки на проектот „Надминување на јазовите помеѓу мултинационалните компании и малите и средни претпријатија во земјава“, договор број 12-7323/1, финансиран од Европска Унија.

Целта на проектот е да се воспостават и/или да се подобрат врските помеѓу домашните мали и средни претпријатија (дМСП) и мултинационалните компании (МНК) кои работат во земјава, со крајна цел да се зголеми конкурентноста на домашниот бизнис сектор.

Оваа сеопфатна цел е поделена на специфични цели:

1.Подобро да се совпадна побарувачката и понудата помеѓу дМСП и МНК преку адресирање на пречките за снабдување во синџирите на вредност и мапирање на потенцијалните синџири на вредност;

2.Да се надгради капацитетот на дМСП со вештини да се “продаваат” себеси на МНК; идентификација на можности, градење мрежи и подобрување на ефикасноста;

3.Да се намали технолошкиот јаз помеѓу дМСП и МНК преку подобрување на капацитетите и информациите за стандардизација и лиценцирање, зголемување на иновациониот и капацитетот за истражување и развој и поттикнување имплементација на нови технологии;

4.Да се поттикне вмрежување помеѓу дМСП и МНК преку трансфер на знаење и менторство, како и преку заеднички настани.

Прирачникот за меки вештини е конципиран да служи како помошен материјал за време на обуката за меки вештини наменета за претставници на домашни мали и средни претпријатија, чија основна цел е стекнување знаење и вештини за презентација и промоција пред мултинационалните компании и воспоставување соработка со истите.

ДЕФИНИРАЊЕ НА ОСНОВНИТЕ ПРИНЦИПИ ЗА ВОСПОСТАВУВАЊЕ НА СОРАБОТКА СО МУЛТИНАЦИОНАЛНА КОМПАНИЈА

Кои се вашите предизвици во работата?

Голем врвен професионалец се раѓа или се создава?

Карактеристики на врвен професионалец

- Да биде различен од конкуренцијата
- Да верува во себе
- Да има пријатели наместо задоволни клиенти
- Да знае да зборува
- Да биде човек од доверба – етичен
- Да е спремен
- Да работи „памятно“, не „многу“
- Да е вечен студент
- Да има самодисциплина
- Да има развиено меки вештини
- Да ги има одговорите
- Да биде креативен
- Да препознава можности
- Да презема одговорност
- Да е човек од акција
- Да прави грешки
- Да биде спремен да ризикува
- Да биде фокусиран (на целта)
- Да биде упорен
- Да има компетенции
- Да има позитивен став – ЈАС МОЖАМ став
- Да се справува со негативни луѓе и идиоти
- Да се ЗАБАВУВА

Опстанок на месечината

Вие сте член на тимот кој е на експедиција на Месечината. Тимот се вика ГАЛАКСИЈА

Вашиот вселенски брод треба да се сретне со матичниот брод АНГЕЛ кој се наоѓа на осветлената страна од Месечината

Се случува дефект и ГАЛАКСИЈА мора да слета на темната страна од Месечината

Вие со вашиот тим се наоѓате на 380 километри оддалеченост од матичниот брод АНГЕЛ

За време на принудното слетување на темната страна, капетанот и некои членови на екипажот загинале

Голем дел од опремата е оштетена. Никој не знае колку долго ќе издржи системот за поддршка на живот во бродот. Опстанокот е доведен во прашање. Индивидуално да ги рангирате 15те предмети од списокот според важност .

Предметите се потребни за опстанок на тимот, некој од нив повеќе, некои помалку

Време со кое располагате за оваа вежба: 00:20:00

Истражување на Месечината:

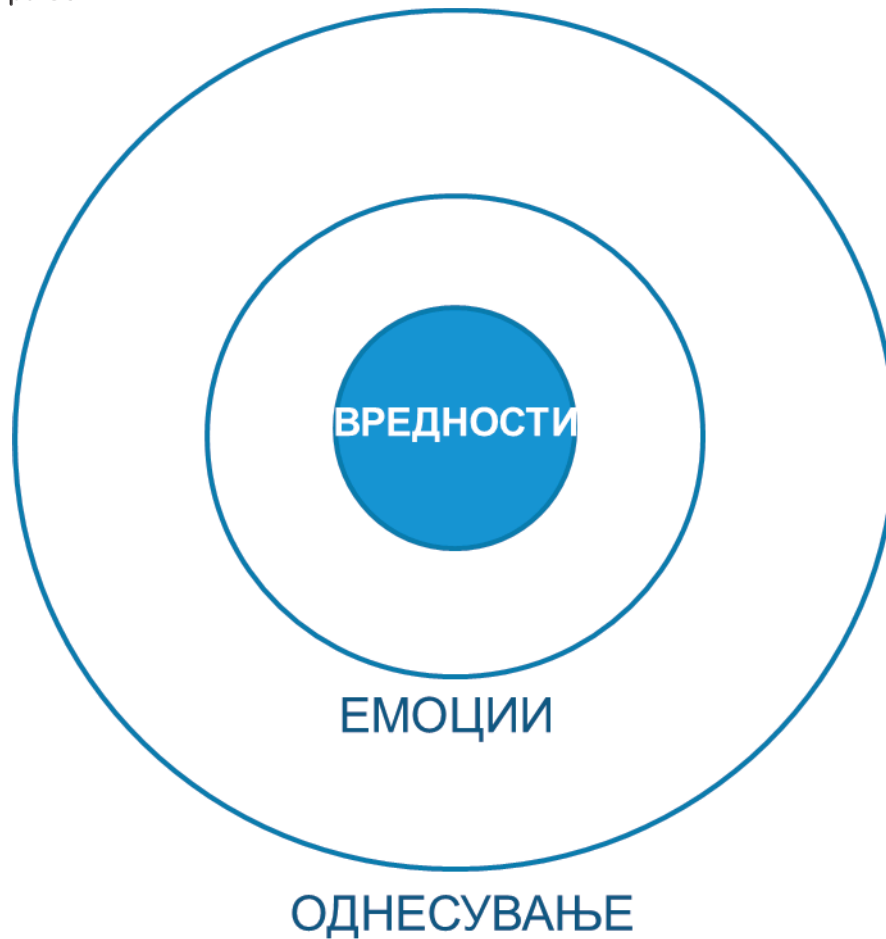
- A. Кибритчиња 100 кутии
- B. Концентрирана храна
- C. 20 метри најлонско јаже
- D. Падобранска свила x 3
- E. Грејно тело (портабл)
- F. 2 Пиштоли со калибар 45
- G. Три резервоара од 50 килограми со кислород
- H. Звездена мапа (гледана од месечината)
- I. Чамец за спасување
- J. Магнетен компас
- K. 20 литри вода
- L. Пет блескави рачни светилки
- M. Прва помош со игла за инекција
- N. ФМ радио предавател на соларна енергија
- O. 1 кутија млеко во прав

Ваше решение:

Вистинско решение:

- 15. Магнетен компас (мапа на вселената е попрактична)
- 14. Кутија кибритчиња (нема воздух)
- 13. Грејно тело - преносливо (скафандерите се загреани)
- 12. Едно пакување дехидрирано млеко (не може да се измеша)
- 11. Прва помош со игла за инекција (не може да се отвори скафандерот)
- 10. Еден чамец за спасување (може да се пренесат предмети)
- 09. Свила од 3 падобрана (лесно се приметува, може да пренесе предмети)
- 08. 100 кутии концентрирана храна – 20 дневна порција за секој член од екипажот (храна)
- 07. Два 45 калибарски наполнети пиштоли (итно придвижување)
- 06. 20м најлонско јаже (може да помине низ теснец, да пренесе залихи)
- 05. ФМ примач и пренесувач на радио на соларна енергија
- 04. Пет блескави светла (за да ве пронајдат)
- 03. Една мапа на вселената и нејзините созвездии (барање на насоки)
- 02. 20 литри вода -вообичаени 10 дневни количини за секој член (Мора да се пие)
- 01. Три боци кислород од 50 килограми, секоја боца обезбедува кислород за 20 дена за секој член (Мора да се дише)

Само менаџирање



Само-менаџирањето претставува склоп на вештини, методи и стратегии со кои една индивидуа ќе може ефективно да ги насочи своите активности кон остварување на своите цели (како и целите на околината):

- Поставување на цели
- Донесување на одлуки
- Следење на дадените задачи
- Само-евалуација
- Фокус
- Стрес менаџмент
- Планирање
- Само-мотивација
- Организација
- Менаџирање на време
- Само-надоградба
- Тело и ум
- Задоволство

Што е EQ?

Потенцијалот да:

- Чувствуваме
- Комуницираме
- Препознаваме
- Паметиме
- Објаснуваме
- МЕНАЦИРАМЕ
- И ТРАНСФОРМИРАМЕ
- ЕМОЦИИ

Манифестации на EQ:

- Свесност
- Емпатија
- Его
- Страв
- Стрес
- Само-мотивација

Што е емпатија?

- Емпатија не е Симпатија, не е Сожалување
- Одмерувајте ги емоциите на другите
- Користете ја емпатијата за да им покажете на другите дека ги разбирате
- Почнете со ТИ, не со ЈАС
- Обрнете внимание на луѓето со кои работите
- Пронајдете кои се интересите на соработниците
- Повторете го истото што другите го побарале од вас
- Покажете им на другите дека се интересирате за нив, нивните фамилии, интереси
- Одбегнувајте да се трудите да сте во центарот на вниманието

Дали егото е добро или лошо во работата?

Менаџирање на стрес - Само-контрола

Способноста да ги контролираме емоциите и да се воздржиме од негативни реакции кога:

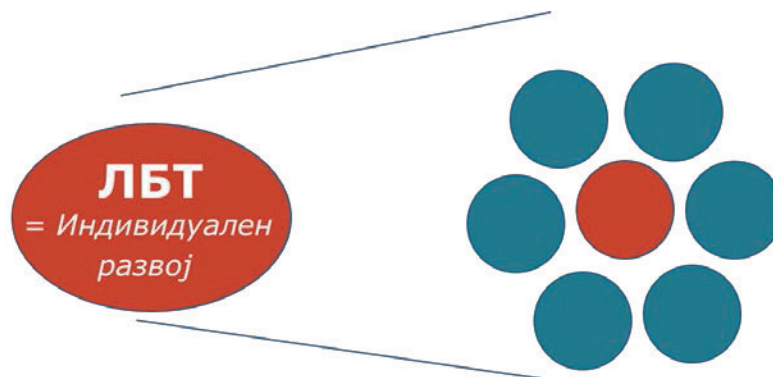
1. Сме испровоцирани
2. Кога некој ни контрира или се однесува арогантно
3. Кога работиме под стрес / притисок

Намалете го стресот:

- Одете на прошетка
- Кажете си ја маката
- Дишете длабоко
- Фокус на она што може да го контролирате
- Размислувајте позитивно и барајте нови можности
- Има решение за секој проблем (минимум 2)
- Тоа што се случило – поминало, тоа што ќе се случи – не знаеме
- Вежбајте ментални и физички дисциплини
- Јадете здраво!
- Смејте се!

Само – мотивација

- Биди најдобар во твојата работа
- Биди тој што прави промени
- Работи со пасија
- Биди оптимист
- Биди инспиратор
- Биди иницијатор
- Развивај ги односите
- Биди горд на себе и со тоа што го работиш
- Стреми се кон остварување на најдоброто од тебе



Тест за тимските улоги според „Belbin“

Тестот на BELBIN – тимски улоги

Инструкции: На следните страници ќе ви бидат поставени 7 прашања. Секое прашање може да го одговорите со 8 можни одговори. Понекогаш, само еден одговор најдобро ќе ве опише. За друго прашање можеби ќе се двоумите меѓу три од понудените одговори.

Секоја реченица може да ја оцените со 10 поени распределени на повеќе различни одговори. Ако во потполност се сложувате со одреден одговор, може истиот да го оцените со 10 поени, а ако не распределете ги тие поени на другите одговори кои ги сметате за најсоодветни.

ОДБЕРЕТЕ ЈА СОПСТВЕНАТА УЛОГА ВО ТИМОТ: прашалник

1. Јас уживам работејќи, бидејќи:

- A. Сакам да анализирам ситуации и да одбирам од колку што е можно поголем број на алтернативи.
- B. Јас навистина почитувам практични решенија кои функционираат.
- C. Сакам да создавам добри (да се базираат на соработка) работни односи.
- D. Јас многу влијаам при донесувањето на одлуки (и сакам да го правам тоа).
- E. Запознавам различни луѓе кои можат да понудат интересни работи и информации.
- F. Сакам кога успевам да ги направам луѓето околу мене согласни за одредени важни прашања.
- G. Се чувствувам опуштено кога комплетно се концентрирам на моите задачи.
- H. Преку истражување сакам да ја будам мојата имагинација.

2. Карактеристиките на моето однесување кога работам во тим се:

- A. Интересно ми е кога ги запознавам своите колеги подобро.
- B. Не се плашам да се спротиставам на туѓо мислење или да бранам став кој е подржан од малкумина.
- C. Вообичаено ги наоѓам потребните аргументи за да се спротиставам на некоректни предлози.
- D. Мислам дека сум способен-а да ги започнам плановите кои треба да се спроведат.
- E. Имам способност да ги одбегнам очигледните решенија и да измислам оригинални, неочекувани решенија.
- F. Сакам перфекција во исполнувањето на секоја тимска задача.
- G. Сакам да воспоставувам корисни контакти и надвор од мојот тим.
- H. Заинтересиран-а сум за сите мислења, но кога треба да се донесе одлука, без двоумење се одлучувам за тоа што треба да се направи.

3. Кога сум вистински вклучен во некој проект со други лица:
- A. Успевам да ги водам другите во одредена насока без притисок.
 - B. Мојата внимателност не дозволува да се однесуваме невнимателно и навреме да предвидиме одредени работи.
 - C. Јас ги завршувам работите за да се осигурам дека времето непотребно не се губи или дека вниманието за важните работи ќе се изгуби.
 - D. Луѓето може да рачунаат дека јас ќе смислам нешто оригинално.
 - E. Секогаш сум спремен да поддржам добра идеја, ако таа е за општ интерес.
 - F. Секогаш целам кон нови идеи или развивања.
 - G. Верувам дека моето расудување допринесува во голема мера во донесувањето на исправни одлуки.
 - H. Луѓето може да ми веруваат дека сите важни задачи ќе бидат завршени.
4. По мое мислење, јас можам да придонесам за тимот:
- A. Способен-а сум да откривам нови можности и истите да ги искористам.
 - B. Успевам да се справам со сите ситуации во животот.
 - C. Да создавам нови идеи ми е природна дарба.
 - D. Можам точно да кажам дали некој е способен да даде значителен придонес за тимот при остварување на зацртаните цели.
 - E. Имам капацитет да ги завршувам работите; мојата лична ефикасност е навистина добра.
 - F. Сега сметам дека треба да не бидам многу популарен, доколку ваквото однесување води кон вредни резултати.
 - G. Најчесто можам да одредам што е можно и реално.
 - H. Способен-а сум да дадам аргументи за алтернативен пристап без да бидам субјективен-а.
5. Некои од моите недостатоци при тимска работа се:
- A. Се чувствувам мирно само доколку групата е добро структурирана, под контрола и добро се однесува.
 - B. Брзо им се предавам на работите кои имаат смисол, но не се доволно дискутирани.
 - C. Сакам многу да дискутирам кога ќе добијам нова идеја или концепт.
 - D. Мојата објективност ме спречува лесно и со ентузијазам да одам во чекор со другите.
 - E. Доколку нешто треба да се направи, луѓето ме сметаат за досадна и авторитативна личност.
 - F. Тешко ми е да го превземам водството на почетокот; можеби затоа што сум премногу чувствителен-а на атмосферата во групата.
 - G. Секогаш сум комплетно инволвиран-а во идеите кои самиот-та ги генерирам, но потоа губам осет за тоа што се случува.

- Н. Според моите колеги, премногу им се посветувам на деталите и на шансите дека работите ќе тргнат во погрешен правец.
6. Кога ми е зададена тешка задача која треба да се заврши за кратко време и со непознати луѓе:
- А. Сакам да се повлечам во себе и да размислам што би можел-а да сторам, а потоа да излезам со неколку предлози.
 - В. Веднаш ќе ги препознаам и ќе соработувам со луѓето кои ќе завземат позитивен став.
 - С. Ќе најдам начин да ја намалам задачата со тоа што ќе одлучам кој најдобро може да придонесе за нејзиното целосно исполнување.
 - Д. Моето чувство за приоритет и итност е гаранција дека нема да доцниме со исполнувањето на задачата.
 - Е. Ќе останам мирен-а и ќе размислувам објективно.
 - Ф. Покрај притисокот од краткото време, постепено и прогресивно ќе се потрудам да ја постигнам целта.
 - Г. Подготвен-а сум да го превземам водството кога ќе забележам дека тимот не напредува.
 - Н. Веднаш ќе иницирам дебати за да го зголемам приливот на нови идеи и да ги придвижам работите напред.
7. Проблеми со кои најчесто се соочувам додека работам во група се:
- А. Често сум нетрпелив-а со оние кои го попречуваат прогресот.
 - В. Другите ме критикуваат затоа што сум премногу аналитичен-а и не покажувам иницијатива.
 - С. Мојата намера да ги направам работите добри понекогаш го попречуваат прогресот.
 - Д. Лесно се здосадувам и само некои работи можат да ме натераат да продолжам.
 - Е. Тешко ми е да почнам кога целта не е јасно дефинирана.
 - Ф. Не секогаш знам да го искажам тоа што го мислам.
 - Г. Од другите барам да ги завршат работите кои јас не можам да ги завршам.
 - Н. Се двоумам да ги искажам моите размислувања, ако знам дека истите ќе предизвикаат опозиционирање.

Бодување на тимската улога

Водич: Ставете ги освоените поени во табелата подолу. Ако на пример сте го оцениле со 6 поени одговорот под D од прашање 1, оцена од 1 поен за одговорот под F и 3 за одговорот под H, тогаш соберете ги овие поени од колоните 2, 1 и 3 од првото прашање во табелата. Во овие колони D, F и H се назначени. Од вкупниот број на поени можете приближно да определите кои се вашите важни и помалку важни тимски улоги.

Прашање								
1	F	D	H	A	B	E	C	G
2	H	B	E	C	D	G	A	F
3	A	C	D	G	H	F	E	B
4	D	F	C	H	G	A	B	E
5	B	E	G	D	A	C	F	H
6	C	G	A	E	F	H	B	D
7	G	A	F	B	E	D	H	C
Вкупно								

Прашање	Директор	Оформувач	Иноватор - креативец	Обсервер - набљудувач	Имплементатор	Истражувач	Тимски играч	Завршувач (Closer)
1	F	D	H	A	B	E	C	G
2	H	B	E	C	D	G	A	F
3	A	C	D	G	H	F	E	B
4	D	F	C	H	G	A	B	E
5	B	E	G	D	A	C	F	H
6	C	G	A	E	F	H	B	D
7	G	A	F	B	E	D	H	C
Total								

1. Оформувач
 - Влијае врз донесувањето на одлуки
 - Бара одредена насока во дискусијата и се стреми кон активност и прогрес
 - Подготвен-а е за предизвик со другите и застанува во одбрана на ставови поддржани од малкумина
 - Понекогаш е иритантен-а, авторитативен-а и нетрпелив-а
 - Многу е продуктивен-а во стресни ситуации

2. Иноватор - Негувач на идеи
 - Имагинативен-а е и оригинален-а
 - Генерира креативност и оригинални идеи
 - Очигледното го остава на страна и создава нови опции
 - Секогаш е окупиран-а со сопствените идеи и затоа губи допир со реалноста
 - Провоцира отпор, поради недостаток на практичност
 - Критичен-а е кон конзервативните луѓе

3. Директор – Координатор
 - Прави луѓето да се согласни
 - Ориентиран-а е кон резултатот
 - Спремен-а е и решен-а да донесе одлука
 - Дозволува секој поединец од тимот да ги покаже своите вредности
 - Толерантен-а е за сите идеи
 - Доволно е силен-а за да не послуша совет

4. Спроведувач
 - Дисциплиниран-а е, сигурен-а, конзервативен-а и ефикасен-а
 - Идеите ги претвора во практични акции
 - По малку е нефлексибилен-а
 - Бавно реагира на нови можности

5. Набљудувач
 - Ги анализира работите и секоја идеја критички ја оценува
 - Прави добра проценка
 - Сериозен-а е, внимателен и мисли еуфорично
 - Цело време е објективен-а
 - Добро резонира и способен-а е да најде алтернативни решенија
 - Го-ја критикуваат дека е премногу аналитичен-а и интуитивен-а

6. Тимски работник
 - Ги стимулира и поддржува членовите на тимот
 - Промовира комуникација и тимски дух
 - Ги интегрира луѓето, нивните активности и многу е комуникативен-а
 - Се залага за генералниот интерес и добрата соработка
 - Чувствителен-а е на атмосферата и избегнува став кој може да провоцира спротивност кај другите
7. Истражувач
 - Бара нови идеи „однадвор“, развивања и информации
 - Познава многу луѓе, лесно се соцјализира и е отворен
 - Извлекува идеи од други и истите ги стимулира за да останат подготвени
 - Лесно се впушта во дебата и сака да зборува
8. Тој кој комплетира/завршува
 - Тоа е личност зад сцената, кој-а го контролира и проверува спроведувањето на плановите
 - Вреден-а е и внимава ништо да не се пропушти
 - Се труди работите да се завршуваат со внимание
 - Несигурен-а е и е ориентиран-а кон задачата
 - Понекогаш го попречува прогресот со своето однесување/став.

Тимска работа – Процес

Следете го процесот на работење на тимот според следниве критериуми/прашања:

- Дали одредија улоги во тимот (Тим Лидер, Заменик Лидер...)?
- Каков беше стилот на менаџирање – демократски или не?
- Дали некој фаќаше приклучоци (административно работење)?
- Дали имаше попречување / дефокусирање во процесот на работа?
- Дали тимот го избра лидерот (и заменик лидерот), или пак тој/таа сами се назначија за лидер?
- Дали сите членови на тимот имаа некаква улога?
- Кој и дали имаше процес на работа (етапи, чекори, фази)?
- Дали имаше менаџер кој ќе го менаџира времето, или пак само потсетник за поминатото време?
- Како го избраа презентерот?
- Дали тимот беше ТИМ или ГРУПА?

ЗАБЕЛЕШКИ:

ПРОМОЦИЈА И ПРЕЗЕНТАЦИЈА НА ПРОИЗВОДИ И УСЛУГИ

Продажбата како наука

Што е продажба?

Дали сте роден за продавач?

Голем продавач се раѓа или се создава?

Карактеристики на професионален продавач:

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Зошто луѓето купуваат?

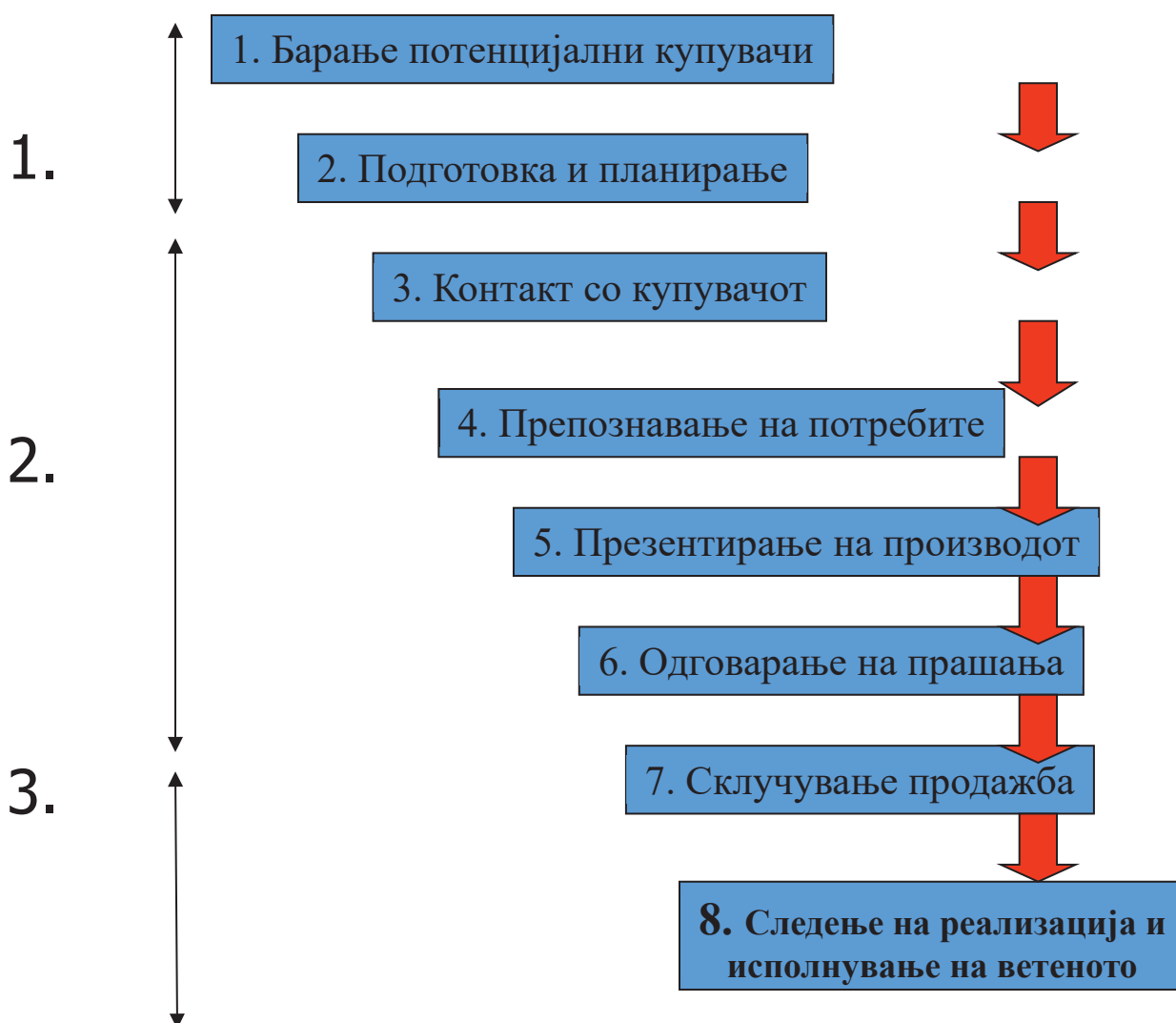
- Ми се допаѓа продавачот *
- Му верувам *
- Разбирам зошто купувам
- Можам да ја воочам разликата
- Јас гледам вредност кај производот
- Јас се чувствувам пријатно со мојот продавач *
- Чувствувам дека има поврзаност помеѓу производот што ми го продава и моите потреби
- Цената изгледа фер
- Ваков производ ќе ја зголеми мојата продуктивност
- Ваков производ ќе го зголеми мојот профит
- Мојот продавач се труди да ми помогне да го подобрам мојот бизнис *
- Мојот продавач е искрен и никогаш не ме излажал *

Директна продажба: Посета на саем

Фази

1. Пред-саемот / ПРЕД- ПРОДАЖБА
2. За време на саемот / ПРОДАЖБА
3. После-саемот / ПОСЛЕ-ПРОДАЖБА

Чекори во продажбата



Саемот како маркетинг елемент е дел од целиот концепт, а не посебен дел

Одлука: ДА или НЕ на САЕМ?!

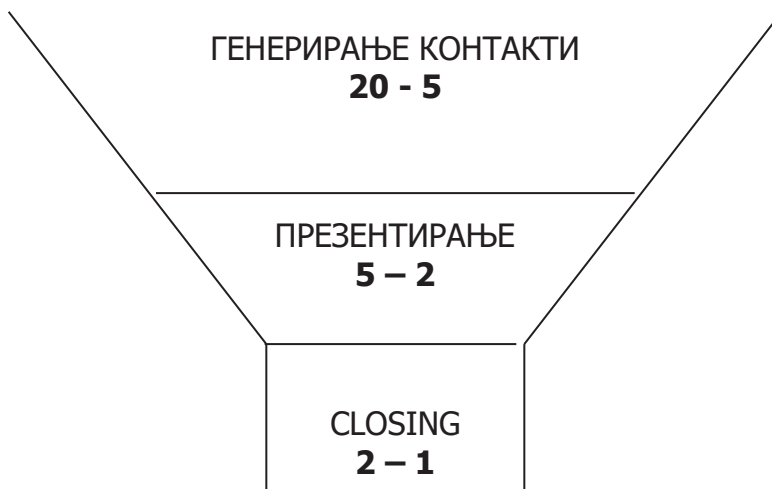
Пред продажба: Подготовка за саем

Пред-саемски активности

- ☐ **ЧЕКОР 1:** Барање на купувачи
 - Продажна инка
 - L&P листи
 - ЦРМ
- ☐ **ЧЕКОР 2:** Подготовка и планирање
 - Дизајн на штанд
 - Дополнителни материјали

Продажна Инка (PIPELINE)

Во продажбата се е математика!



▪ **Lead Generation Program**

- ПГК – Програма за Генерирање на Контакти
 - Собирање на податоци (контакти од клиенти)
 - Дефинирање на каналите на контакти
 - ПГК ЦРМ

☐ Барање на купувачи

- Трговски саеми (посетители од минатата год.)
- Индустриски здруженија
- Бизнис списанија
- Јавни написи
- Телефонски именици
- Нетворкинг настани (за вмрежување)
- Препораки или упатувања
- ...

Каде вие ги барат е вашиот е купувачи?

☐ Подготовка и планирање

- Планирање е утврдување што точно треба да се направи
 - Поставете специфични и јасни цели
 - Цели кои се мерливи
 - Поставете акционен план и временска рамка

☐ **Кои алат ки за продажба ви се вам пот ребни?**

☐ **Подготовка и планирање**

- Денот почнува претходната ноќ
- Сместување, патни документи, финансии
- Подготовка на тимот
- Дефинирање на буџет
- Информации за вашите клиенти
 - Интернет
 - Нивната литература
 - Добавувачи
 - Конкуренцијата
 - Клиентите
 - Луѓе што ги знаат

Изглед на штанд

- Визуелен концепт (која порака ја праќаме?)
- Комуникациска порака (каква порака испраќаме?)
- Елемент на “внимание”
- Осветлување
- Интерактивност
- Промотивни подароци
- Дополнителни материјали (прибор за дегустација, садови, бренд елементи итн.)

Дополнителни материјали

- Визитки, формулар за визитки
- Канцелариски материјали: селотејп, ножички, коноп, чаршав, штипалки итн.
- Промотивни материјали
- Чек листа

Продажба: Посета на саем

Саемски активности

ЧЕКОР 3: Контакт со купувачи

ЧЕКОР 4: Идентификување на потребите

ЧЕКОР 5: Презентација на производ

ЧЕКОР 6: Приговори / Одговор на приговори

ЧЕКОР 7: Затворање на продажба

☐ ЧЕКОР 3: Контакт со купувачот

- Потребно е да се поврзете со клиентот на лично ниво
- Градење на доверба
- Клиентот нема да го евалуира само квалитетот на вашата работа, туку и начинот на кој вие се презентирате и колку ви е грижа за нивните потреби
- Нема втора шанса за прв впечаток
- Следење на сигналите што ги испраќаат купувачите

Видови на клиенти според психолошки профили на личности:

Искуствот о на продажниот лице се мери во неговата моќ во управување со различни видови профили на личности и

- срамежлив
- гласен
- арогантен

- неодлучен
- нестрплив
- ситничар

СРАМЕЖЛИВИОТ

Карактеристики:

- ниски интонации на гласот
- дезориентиран до тој степен што често се извинува (*...простете што ви сметам...не знам дали со вас треба да зборувам...*)
- прави многу паузи, понекогаш дури непријатни
- не учествува активно во разговорот

Однесување:

- да употребуваме современ и смирувачки тон
- не треба да го прекинуваме затоа што можеме да го збуниме уште повеќе
- за да добиеме податоци му поставуваме неутрални затворени прашања, што предвудуваат како одговор да или не
- понекогаш може да го посоветуваме и да му предложиме решение

ГЛАСНИОТ

Карактеристики:

- се претставува со културен тон со класичните фрази: (*ќе бидам брз...ги забрзувам намерно фактите*)
- но, бавен е во претставувањето на потребите и е полн со непотребни примери
- не стигнува во суштината на неговата потреба туку ги заобикољува аргументите без да поставува прецизни прашања
- се повторува (*не знам дали бев јасен и продолжува!*)

Однесување:

- да се слуша со трпение без да се обесхрабрува (*..имате право...*)
- да се прекинува на културен начин додавајќи некој заклучок за да се дојде до неговата потреба

- никогаш да не се поставуваат директни прашања (на пример :*што мислите ...вие што ќе речете?...)*
- да се користат затворени прашања
- да бидеме прецизни и брзи во резимирање на потребата

АРОГАНТЕН

Карактеристики:

- не се претставува и не се поздравува
- покажува супериорно однесување и нетрпеливост
- се покажува сигурен во себе, често употребува иронија и сарказам
- прекинува често со изразите (*не разбравт е вие....вие не знаат е кој сум јас*)

Однесување:

- оставето да зборува и никогаш не го прекинувајте (*ќе зема сила и ќе почнува од почеток*)
- персонализирај го односот (*обидете се да му објасните дека сте вие тука за него....ќе сториме се за вас и вашите потреби*)
- не одговарајте на провокациите
- останете културни и мирни, но стабилни и сигурни во сопствените афирмации и објаснувања
- бидете ефикасни и брзи во вашата презентација

НЕОДЛУЧЕН

Карактеристики:

- зборува гласно, но не агресивно
- употребува прецизни прашања, директни и тенденциозни
- брз е во излагањето на фактите и речиси не прави паузи
- може да е и тврдоглав за да ги брани своите верувања
- всушност понекогаш ризикува да биде изманипулиран

Однесување:

- да се соочиме на директен начин со аргументи
- брзи и прецизни објаснувања

- не ја успорувај дискусијата
- покажувај професионализам и компетентност, не поставувај прашања што ќе го двоумат

НЕСТРПЛИВ

Карактеристики:

- зборува брзо и е гласен
- не сака да биде прекинат, но прекинува
- иронично се однесува
- се нервира ако треба да повторува
- не поднесува чекање

Однесување:

- да се одговара веднаш и на прецизен начин
- оставете го да зборува и нека прекинува но да бидеме внимателни, барате негова дозвола за да продолжите со разговорот
- тонот да ви е смирен, без да покажувате вознемирување
- не користите паузи
- да забележувате додека зборува

СИТНИЧАР

Карактеристики:

- користи монотон тон
- прашува за нај ситните детали
- бара секако објаснување и за тоа што не е директно заинтересиран
- честа тенденција да управува
- тенденциозен и незадоволен и со нај прецизните појаснувања се покажува спремен

Однесување:

- бидете концизни во излагањето
- обрнувајте внимание во евидентираниите карактеристики
- конкретни објаснувања

- одговорете брзо, но детално и целосно
- технички јазик што покажува компетентност

☐ ЧЕКОР 4: Идентификување на потребите

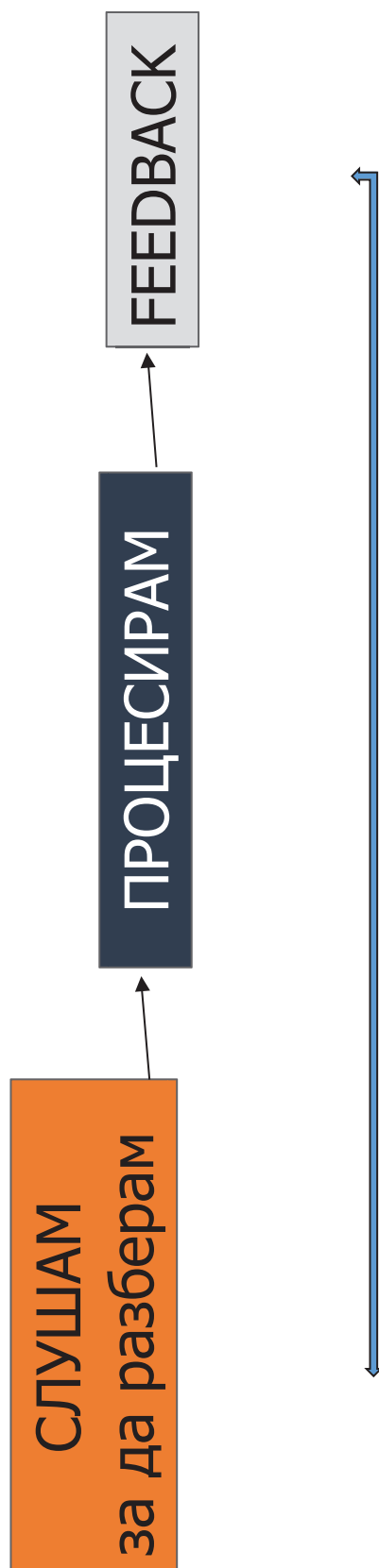
- **Поставување на моќни прашања**

- Направете листа на 15-20 моќни прашања
- Прашања различни од оние што би ги прашала конкуренцијата
- Прашања што ја алоцираат потребата, мотивот, итноста, проблемот..
- Прашања поврзани со зголемување на продуктивноста, профитот, имиџ...
- Отворени прашања (не ДА / НЕ прашања)

- **Активно слушање**

- **Престанете да зборувате**
- Бидете внимателни
- Не го прекинувајте соговорникот
- Слушајте за да разберете
- Бидете трпеливи
- Менаџирајте ги емоциите
- А. слушање е ментален предизвик
- **Престанете да зборувате**

Активно слушање



ЧЕКОР 5: Презентација на услугата

- Личен изглед (Однос / Став)
- Секогаш позитивен и искрен
- Прво сакате да им помогнете на вашите клиенти, потоа на вас
- Дојдете до поентата уште веднаш
- Вклучете го клиентот

За време на презентацијата мора да го **привлечете и задржите** вниманието на потенцијалниот купувач, да поттикнете интерес и желба

Презентацијата треба да биде **прилагодена кон специфичните** потреби на потрошувачите идентификувани во претходната фаза

Фокусирањето на **придобивките (бенефитите)** од услугата за потрошувачите и обезбедување примери и потврда на нив е клучно за добра презентација за продажбата.

„F.A.B“ Модел

Карактеристики (Features)

Предности (Advantages)

Користи (Benefits)

☐ ЧЕКОР 6: Одговарање на приговори / ризици

- Ризик од плаќање повеќе од потребното
- Не ми е неопходно во моментот
- Поефтино (подобро) е на други места
- Сакам да размислам
- Не е очекуваниот квалитет
- Однос (услуга) после купување
- Продавачот лаже (недоверба)

ИМАЈТЕ ГИ ОДГОВОРИТЕ НА СИТЕ ПРИГОВОРИ

❑ ЧЕКОР 7: Склучување на продажбат а

- Дали сте само одлични презентери или продавачи?
- Затворање на продажба
 - Осетете го купувачкиот импулс и затворете ја продажбата
 - Секое прашање на потенцијалниот клиент, искористете го како своја предност и прашајте за продажбата
- Доаѓање до следна база (состанок, цени, проследување)

Техники на продажба и затворање на продажба

Техника 1: Реципроцитет – психолошка состојба на умот. Дајте му повеќе од кажаното/очекуваното на вашиот клиент

Техника 2: Ефект на разлика – (а) техника на 2 опции (А – Б) или (б) техника на средна понуда.

Техника 3: Согласување и обврзување – техника на „етикетирање“ или техника на „држење за збор“

Техника 4: Затворање со емпатија (Love Close) / активно слушање – емпатичен пристап во комуникацијата. Осетете навистина што им треба на клиентите. Сфатете ја нивната ситуација во целост.

Техника 5: Puppy dog close – направете ситуација да го земат производот со можност за враќање на истиот.

Техника 6: Златен мост – наведете ги да ја одберат онаа опција што вие сакате да им ја продадете?

После-продажба: После саем

❑ ЧЕКОР 8: Follow-up

- Follow up
 - после продажба
 - после состанок
 - после некое време
 - после секој настан
- Cold Calling / Посета на терен
- ЦРМ листа

■ CRM (Customer Relationship Manager)

- Водење на профил за секој клиент
- Квалификација / Пре-квалификација (*потенцијален - квалифициран – жежок контакт*)
- А – Б – Ц клиенти (групирање на клиенти)
- Ефикасност (%) за реализирање на продажбата

CRM е процес на идентификување, привлекување, диференцирање и задржување на клиенти.

CRM и овозможува на компанијата да ги насочи диспропорционално своите активности кон најпрофитабилните клиенти.

Однос со купувачите

Важноста на добра услуга

- КЕШ* (вредноста на изгубен купувач: год. загуба x 20)
- Јакнење на самодовербата на продавачот (посрекен продавач)
- Правите продавачи од вашите купувачи (препорачува)
- Клиентите се однесуваат како што се третирани (добра услуга добар однос)
- Никогаш нема да добиете втора шанса за прв впечаток

Лоша услуга – не се грижиме за клиентите и не правиме никаков напор за задоволување на клиентите

Просечна услуга – се грижиме за клиентите и го нудиме само она што се очекува од нас

Одлична услуга – задоволен и згрижен клиент кој добива повеќе од очекувањата (WOW) и не препорачува

2/3 од корисниците кои преминуваат кај конкуренцијата сметаат дека не добиваат соодветен третман кај претходниот обезбедувач на услугата.

Задржување на само 5% од Вашите досегашни муштерии може да го зголеми профитот на Вашето претпријатие за 25-125%

Менаџирање на односот со купувачот

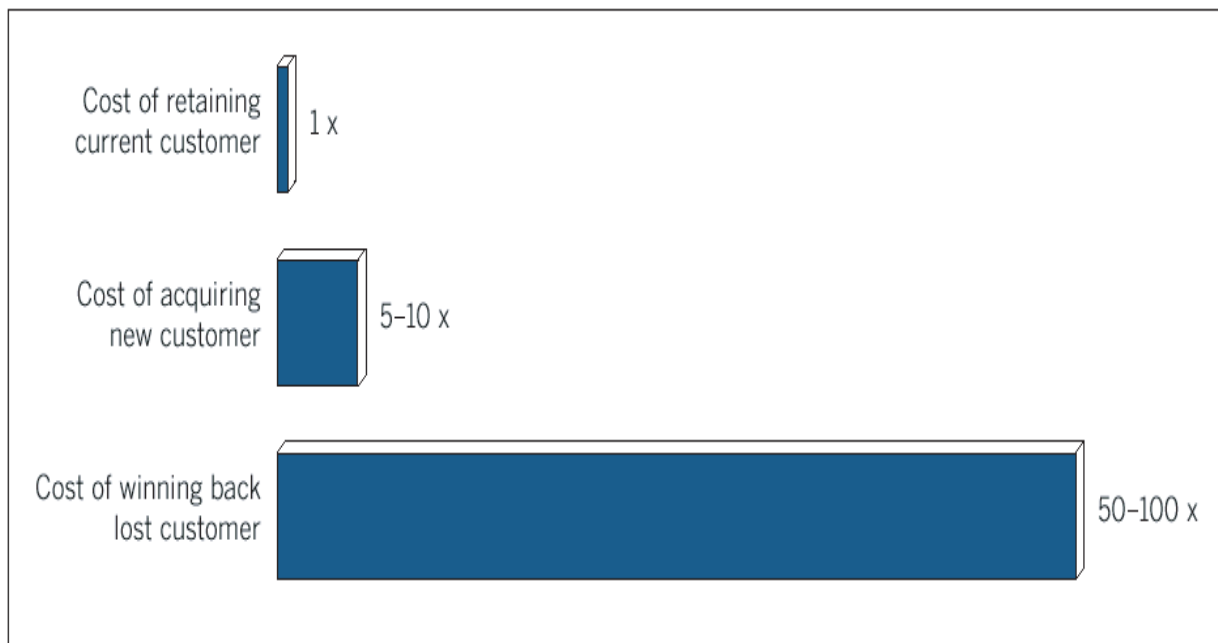
Customer Management = Deliver Value

Менаџирање на клиенти $\neq$ Дата база

Менаџирање на клиенти = *познавање на клиентот, потребите и ко-производство на производното портфолио (рекламите) заеднички со клиентите*

80% од приходите на едно претпријатие доаѓаат од 20% од сите купувачи!

Препорака: Одржувајте редовни контакти со овие 20% од купувачите, а повремени контакти со останатите муштерии!



ETHNIC FOOD EUROPE (AMSTERDAM)

DISTRIBUTERS/MARKETS

COMPANY NAME	CONTACT PERSON - POSITION	CONTACT INFORMATION	COMPANY PROFILE	NOTES	STATUS

HORECA

COMPANY NAME	CONTACT PERSON - POSITION	CONTACT INFORMATION	COMPANY PROFILE	NOTES	STATUS

OTHER

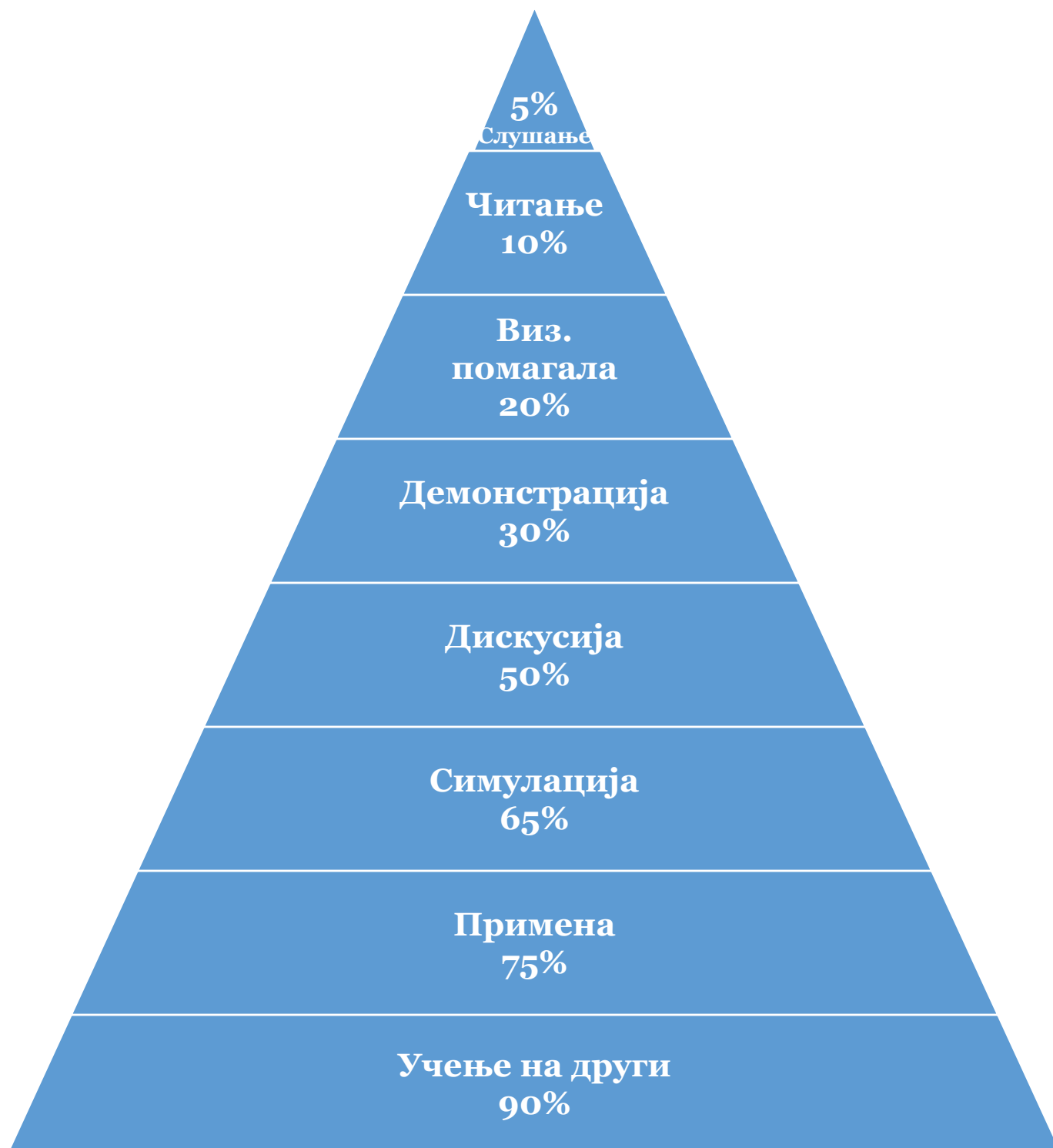
COMPANY NAME	CONTACT PERSON - POSITION	CONTACT INFORMATION	COMPANY PROFILE	NOTES	STATUS

ПРЕЗЕНТАЦИСКИ И КОМУНИКАЦИСКИ ВЕШТИНИ

Како учат возрасните?

КАКО УЧАТ.....	
ДЕЦА	ВОЗРАСНИ
Други одлучуваат во нивно име што треба да научат.	Одлучуваат во свое име што треба да научат
Прифаќаат информации и знаење на основа на прикажаните факти.	Проценуваат информации и знаења на основа на своите вредности и уверувања
Очекуваат дека наученото ќе им биде корисно во иднина.	Очекуваат наученото да можат да го применат веднаш.
Немаат искуства за кои го врзуваат новото знаење, тие се празен лист хартија.	Се ново врзуваат за стари искуства, можат да бидат нефлексибилни и да се држат до старите навики.
Имаат малку можности со своето знаење да допринесат на содржината на тренингот.	Со своето знаење и искуство значително опринесуваат на содржината на тренингот

Пирамида на учење



Стилови на учење

Honey & Mumford model

АКТИВИСТИ – сакаат да искусят

РЕВИЗОРИ- сакаат да истражуваат

ТЕОРЕТИЧАРИ – сакаат да носат заклучоци

ПРАГМАТИЧАРИ – сакаат да проектираат

VAK model:

ВИЗУЕЛНИ – учат со гледање

АУДИТИВНИ – учат со слушање

КИНЕСТИТИЧКИ- учат со примена

ВАК Прашалник за одредување на начини на учење

VAK (Visual Auditory Kinesthetic) Test

Заокружете или штиклирајте го одговорот кој најверно го претставува вешето однесување.
(Најдобро одговорете пред да ги прочитате понудените одговори)

1. Кога ракувам со нова опрема, најчесто:

- а) го читам прво упатството
- б) го сослушувам објаснувањето од некој кој веќе ја користел
- в) пробувам сам да ракувам со неа; ќе ја научам во од

2. Кога ми требаат упатства каде да одам кога патувам некаде:

- а) користам географска карта
- б) прашувам некој да ми каже каде да одам
- в) го следам својот инстинкт, и можеби би искористил и компас

3. Кога готвам некое ново јадење, сакам:

- а) сè да е според рецептот
- б) да повикам пријател да ми го објасни
- в) да го следам својот инстинкт, и да експериментирам дури готвам

4. Кога некого го учам нешто ново, најчесто:

- а) давам писмени објаснувања и пишувам упатства
- б) давам усни објаснувања
- в) демонстрирам прво, па после ги оставам нив да испробаат самите

5. Најчесто велам:

- а) погледни ме, што правам
- б) послушај ме, сега ќе ти објаснам
- в) пробај сам

6. Во слободно време најмногу сакам да:

- а) посетувам музеи и галерии
- б) слушам музика и да посетувам галерии
- в) се занимавам со спорт, и да ги вежбам моите „направи сам“ вештини

7. Кога купувам облека најчесто:

- а) си замислувам како тоа одредено парче би ми стоело
- б) го прашувам продавачот што мисли

в) пробувам за да видам како ми стои

8. Кога избирам каде ќе одам на одмор најчесто:

- а) проаѓам многу брошури
- б) ги слушам препораките од пријателите
- в) си замислувам како би изгледал мојот престој таму

9. Кога би купувал/а нов автомобил:

- а) би ги прочитал/а критиките и коментарите по весниците и списанијата
- б) би разговарал/а со пријателите за тоа што ми е на мене потребно
- в) би испробал најразлични автомобили

10. Кога учам некоја нова вештина, најчесто:

- а) го гледам наставникот што прави
- б) разговарам со наставникот што точно треба да направам
- в) пробувам сам да ја завршам, и да ја научам во одење

11. Кога избирам храна од менито, најчесто:

- а) си замислувам како ќе изгледа храната
- б) во главата си правам комбинации, или кратко разговарам со партнерот за изборот
- в) си го замислувам вкусот на храната

12. Кога слушам некој бенд, не можам, а да не:

- а) гледам во членовите на бендот или во други луѓе во публиката
- б) ги слушам зборовите и ритамот
- в) си танцувам во ритамот на музиката

13. Кога се концентрирам, најчесто:

- а) се фокусирам на зборовите и сликите пред мене
- б) во себе размислувам за проблемот како и за потенцијалните решенија
- в) се шеткам наоколу, нервозно се играм со моливчињата и допирам најразлични предмети

14. При избор на мебел и покуќнина, пресудна улога игра(ат):

- а) бојата и изгледот
- б) описот кој продавачот ми го дава за одредена работа
- в) составот и какви се при допир

15. Моево прво сеќавање е:

- а) како гледам во некој предмет
- б) како ми се обраќаат
- в) како работам нешто

16. Кога сум нервозен/на:

- а) си замислувам сè најлошо што би можело да се случи
- б) во себе си размислувам за она кое најмногу ме загрижува
- в) не можам да седам на едно место, и цело време се шеткам наоколу

17. Чувствувам дека со некои луѓе сум поврзан/на на посебен начин поради:

- а) начинот на кој изгледаат
- б) тоа што ми зборуваат
- в) начинот на кој се чувствувам поради нив

18. Кога го повторувам материјалот за испит, најчесто:

- а) си запишувам белешки и цртам дијаграми
- б) на глас си проаѓам низ белешките или со некој друг
- в) си замислувам како формирам движење или смислувам некаква формула

19. Кога нешто му објаснувам некому, најчесто се стремам:

- а) да му покажам што мислам
- б) да му објаснам на неколку различни начини дури не сфати
- в) да го охрабрам да проба, и да му раскажам сè за она за кое го учам додека тој/таа се обидува

20. Многу сакам да:

- а) гледам филмови, фотографии, да ја набљудувам уметноста или луѓето
- б) слушам музика, радио или да разговарам со пријателите
- в) се занимавам со спорт, да јадам убава храна, и да пијам убави вина, или да танцувам

21. Кога имам слободно време најчесто:

- а) гледам телевизија
- б) разговарам со пријателите
- в) се занимавам со физичка активност или правам нешто

22. Кога контактирам со некого првпат, најчесто:

- а) закажувам состанок за да се видиме
- б) зборам со него/неа на телефон

в) се обидувам да се сретнам со него/неа додека правам нешто друго, на пр. со некоја активност од типот вечера или ручек

23. Прво што забележувам е начинот на кој луѓето:

- а) изгледаат и се облекуваат
- б) звучат и зборуваат
- в) стојат и како се движат

24. Кога сум лут/а, најчесто:

- а) во глава си ја пуштам уште еднаш „снимката“ од тоа што ме изнервирало
- б) на луѓето им зборувам за тоа како се чувствувам, и тоа со повишен тон
- в) трескам врати, беснеам наоколу, и физички го покажувам својот бес

25. Најлесно помнам:

- а) лица
- б) имиња
- в) она што сум го направил/а

26. Сметам дека може да се забележи дека некој лаже ако:

- а) го врти погледот
- б) му се менува гласот
- в) чувствувам некои чудни вибрации

27. Кога ќе сретнам стар пријател:

- а) му велам „баш супер што те видов
- б) му велам „баш супер што се јави
- в) го гушкам или се ракувам со него/неа

28. Најдобро помнам така што:

- а) запишувам белешки или ги испечатувам битните детали на лист хартија
- б) зборувам на глас или повторувам зборови или најважните работи во себе си ги кажувам
- в) ја вежбаам конкретната активност или си замислувам како ја работам

29. Кога мора да се пожалам на неисправна стока, најдобро се чувствувам ако:

- а) напишам писмо
- б) се пожалам на телефон
- в) го вратам артиклот во продавница или го испратам во дирекцијата

30. Најчесто кажувам:

- a) Гледам што сакаш да кажеш
- b) Те слушам што сакаш да ми кажеш
- c) Знам како ти е

Сега соберете колку одговори имате под А, Б и В

Ако најмногу одговори имате под А, вие сте визуелен тип кога е учењето во прашање. **(VISUAL type)**

Ако најмногу одговори имате под Б, вие сте аудитивен тип кога е учењето во прашање. **(AUDITORY type).**

Ако имате најмногу одговори под В, вие сте сетилен тип кога е учењето во прашање. **(KINAESTHETIC type).**

Некои луѓе сметаат дека нивниот начин на учење е всушност спојка од два или три начини на учење. Во тој случај прочитајте ги објаснувањата на различните начини на учење во понатамошниот текст, кои може да се однесуваат на вас.

Кога идентификувате начин на учење кој најмногу ви одговара, прочитајте ги објаснувањата на начините на учење, и размислете како сето тоа би можело да ви помогне при идентификувањето на стилот на учење и развојот кој вам најмногу ви одговара.

Сега погледнете ги објаснувањата на ВАК Начините на учење.

ВАК Објаснувања на начините на учење

Овој модел на учење (ВАК модел) ја заговара теоријата дека повеќето луѓе припаѓаат на еден од трите преференцијални начини на учење. Во понатамошниот текст овие три начини се објаснети (и не постои точен или неточен начин на учење):

Визуелен (Visual) тип; повеќе сака да го набљудува тоа што го учи, и ова вклучува и дијаграми, слики, демонстрации, прикази, разни материјали за студенти, филмови итн. Овие луѓе најчесто користат фрази од типот: „Ај покажи ми“ или „Ај да го погледнеме тоа“, и најдобро ја извршуваат задачата кога ќе го прочитаат упатството, или кога прво ќе видат како некој друг го прави истото. Овие чуѓе работат со помош на листи, и писмени упатства и инструкции.

Auditivan Аудитивен (Auditory) тип; најмногу сака информациите прво да ги слушне: жива реч, себеси или други, звуци и шумови. Овие луѓе најчесто користат фрази од типот: „Кажи ми“ или „Ајде да разговараме за тоа“, и најдобро ќе ја извршат новата задача откако ќе ги ислушаат инструкциите на стручњакот. Ваквите луѓе најмногу сакаат кога им се даваат уснени инструкции по телефон, и може да ги запонат сите зборови од песните кои ги слушаат.

Сетилен (Kinaesthetic) тип; најмногу сака во учењето да биде вклучена и некоја физичка активност – допирање, држење во раце или извршување на конкретната активност, и повеќе сакаат работата

лично да ја искушат. Овие луѓе најчесто користат фрази од типот „Пушти ме да пробам“, „Како се чувствуваш“, и најдобро ќе ја извршат новата задача така што сами ќе пробаат, и ќе научат додека пробуваат. Ваквите луѓе сакаат да експериментираат, повеќе сакаат пракса од теорија, и никогаш прво не го читаат упатството.

Луѓето најчесто имаат еден преференцијален начин на учење, но тоа е делумно и спојка на сите три начина. Некои луѓе многу одлучно се држат за еден начин, додека други повеќе имаат некаков изедначен спој од два, а поретко и три начини на учење.

Кога знаете на кој начин најдобро учите, тогаш и го разбирате начинот на учење кој најмногу ви одговара. Ова ви овозможува да го изберете начинот на учење кој ќе ви носи најдобри резултати. Не постојат точни или неточни начини на учење. Поентата е во тоа што постојат начини на учење кои се вистинските за вашиот преференцијален начин на учење.

Имајте во обзир дека текстот не е научно проверен — инструмент е на слободна проценка, креиран со цел да биде груб индикатор на преференцијалните начини на учење.

Креирање на промотивно-продажна презентација

Креирање на продажна презентација

1. Поставување цели

- ... Што сакате да дознаат / научат?
- ... Зашто е тоа важно (каква е користа) за нив?
- ... Што би требало да прават поинаку?
- ... Која е мојата публика?
- ... Која е мојата крајна цел?
- ... Каков резултат очекувам?
- ... Кои се најважните пораки кои сакам да ги пренесам?

2. Важни пораки

- Ја подржуваат саканата цел
- Не треба да има повеќе од 3



3. Структура на презентацијата / Дизајн

- Отварање: вовед, цел, содржина, правила, „шокирање“, нааммување
- Главен дел: поделете го на помали делови, резимирајте, повторете го најважното, клучни пораки
- Затварање: финално резиме, проверка на дефинираните цели, што е саканата реакција од читателот, контакт инфо

4. Избор на адекватна методологија

Дизајн на презентација

Дизајн на презентација

- Совети за подобро дизајнирање на продажната презентација

Прочитајте

- Не се обидувајте да го ставите целиот текст или објаснување кое го презентирате на еден слајд, особено ако се состои од полини и долги реченици. Или параграфи. Слајдовите не треба да содржат параграфи. Ако имате полини реченици, веројатно може нешто да се избрише.
- Ако го правите ова ќе имате многу текст на слајдот што не е добро.
- Како во претходниот слајд луѓето обично не читаат се што стои на слајдот.
- Затоа и се вика „презентација“, а не „читање“ на вашата работа
- Со вежбата ќе научите дека не морате сите свои белешки да ги имате пред себе на платното.
- Користете ја функцијата Notes на PowerPoint и испечатете ги за свои потреби.
- Публиката нема потреба да слуша она што им го читате.
- Точките (bullet points) се главните точки на вашето излагање и треба да бидат резиме на главните идеи и пораки кои се обидуваат да ги пренесете
- Ако имате текст кој бара букви помали од 18 за да го собере на слајдот, обидете се да:
 - Тргнете дел од текстот
 - Да го поделите текстот и да го ставите на два одвоени слајда
 - Можеби се обидуваат да направите многу на еден слајд?
 - Читањето на слајдот ја нервира публиката.
- Вашата улога не е да бидете едноставен трансформатор на текстот во звук

Големина на букви

- Вие сте блиску до мониторот
- Вашата публика е далеку од платното

Tahoma	TNR	Courier	Lucida Sans
32 pt	32 pt	32 pt	32 pt
28 pt	28 pt	28 pt	28 pt
24 pt	24 pt	24 pt	24 pt
20 pt	20 pt	20 pt	20 pt
18 pt	18 pt	18 pt	18 pt
16 pt	16 pt	16 pt	16 pt
14 pt	14 pt	14 pt	14 pt
12 pt	12 pt	12 pt	12 pt
10 pt	10 pt	10 pt	10 pt

Големина на букви- продолжение

- Ако се фатите себеси како велите „веројатно ова не можете да го видите, но....“
 - Веројатно имате лош слајд!
 - Постојат исклучоци, но многу се ретки
- Тестирајте ја презентацијата на платно во конференциска сала

Ова е навистина долг наслов за еден слајд, би требало да го скратите

- Тешко е за читање
- Многу луѓе не го ни читаат насловот

Печатни грешки

- Што мислите дека луѓето ќе мислат за вас?
- Водете сметка за печатните грешки и правописот

Почитувајте ги границите на слајдот

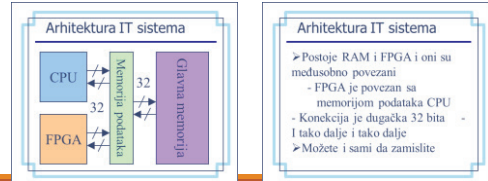
Луѓето не можат да читаат текст кој излегува од
слајдот

Слики, сликички

Има исклучоци, но генерално:

- Немојте да користите само текст на поголемиот дел од
слајдовите

- Обидете се да нацртате дијаграми секаде каде што е возможно.
(Добро нацртани) слики е полесно да се разберат



Внимателно со анимацијата!

- Анимацијата
Може
Многу
Да пречи!
и да ги нервира учесниците
- Користете анимација само кога е корисна
- Бидете сигурни дека програмот во кој ја правите презентацијата подржува: различни верзии на Power Point, Mac и сл.

Не е се за во bullet point

- Колку
- нивоа
- во хиерархија
 - мислите
 - » дека ви е потребно
 - * за да кажете
 - што е послатата?

Мамо, помагај, ме печат очите!

- Дали вие би можеле да гледате во овој слајд 45 мин?
- Боите изгледаат поинаку на секој LCD проектор
- Боите изгледаат поинаку на екран отколку на платно
- Напомена: доколку ги печатите слајдовите, размислете да ги печатите на бела позадина, на тој начин ќе заштитите на тонер

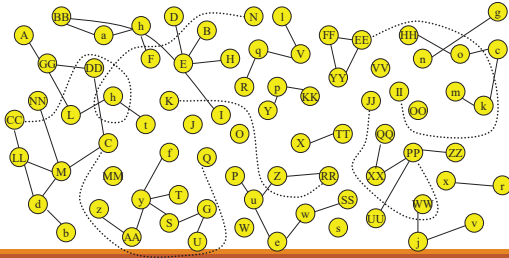
Внимателно со боите

- Треба да се има на ум дека контрастот на екранот е поголем од оној на платното/сидот
- Различни проектори=различни резултати
- Бои кои треба да се избегнуваат на бела позадина се:
 - Светло зелена
 - Светло плава
 - Бледо жолта
- Вашите слајдови би требало да имаат добар контраст

Ovo obično ne može da se pročita...

Користете едноставни примери

Ова не е еден од нив. Воопшто не помага.



25

Сакате да ги покажете вашите резултати?

• Сакате да покажете многу интересни резултати?

- Ова никој не може да го прочита

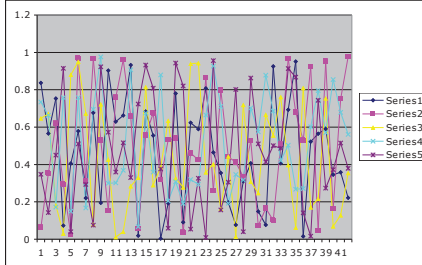
- Ова никој не може да го разбере

• Графиците се ваш пријател...

	A	B	C	D	E
0.78799174	0.87677244	0.39348605	0.23781547	0.24437526	
0.24910355	0.79708654	0.38235661	0.4894876	0.22079456	
0.68729261	0.46901063	0.36471191	0.04687233	0.63468059	
0.48205296	0.52857536	0.7050426	0.32681176	0.4993513	
0.46228137	0.0774365	0.71517444	0.9394662	0.46843638	
0.09762717	0.70884667	0.81407539	0.24571711	0.72487839	
0.00772315	0.3996447	0.42344939	0.90778978	0.22209006	
0.15857663	0.4181197	0.56488165	0.91405941	0.3578349	
0.59242455	0.17894389	0.61026072	0.02878346	0.50780172	
0.41285757	0.71470398	0.31908988	0.79688426	0.21587647	
0.8855586	0.46534556	0.3701164	0.12452538	0.53451497	
0.28231467	0.17509894	0.85801024	0.72984635	0.94731238	
0.82370951	0.83235362	0.95622299	0.27726197	0.76614679	
0.86245578	0.21094811	0.93272287	0.46265505	0.04960646	
0.38953201	0.3685743	0.31794918	0.28176635	0.39637009	
0.80522838	0.63109932	0.31331321	0.97877607	0.86118172	
0.35928212	0.14878634	0.44201417	0.23251612	0.83375154	
0.72996066	0.75212293	0.81061259	0.23782634	0.48518996	
0.11329065	0.31602317	0.87480249	0.5304632	0.26181565	
0.2188109	0.86038038	0.81380152	0.58139951	0.48488759	
0.99314419	0.34635186	0.72382414	0.25933239	0.29220491	
0.88040355	0.11474555	0.01934078	0.15717245	0.93786576	
0.72332226	0.80195173	0.1792961	0.07832254	0.41154679	
0.99229002	0.45996749	0.24950812	0.21112323	0.00226536	
0.00580885	0.65322119	0.49666074	0.91641276	0.40573275	
0.26004883	0.3010126	0.49604195	0.99935168	0.91271048	
0.1586427	0.84418004	0.96241158	0.05480886	0.94601154	
0.63750743	0.08979734	0.11100042	0.34646613	0.09944533	
0.17176871	0.85518113	0.94522781	0.20389092	0.77441461	
0.15186864	0.53105474	0.69991523	0.07876247	0.0022978	
0.22484805	0.76502496	0.18494288	0.46060424	0.90083828	
0.42140074	0.39036871	0.02247591	0.94723973	0.70882442	

26

Нејасни графици се ваш непријател!



27

Подготовка! Подготовка! Подготовка!

„Јас сум најспонтаниот говорник на светот
затоа што секој мој збор, секој мој потег и
секој одговор се грижливо извежбани.“

G.B.Shaw

28

Прв впечаток

(Не)/Можете
да НЕ
оставите прв
впечаток

Впечатокот
кој го
оставаме на
луѓето (ни)/ е
важен

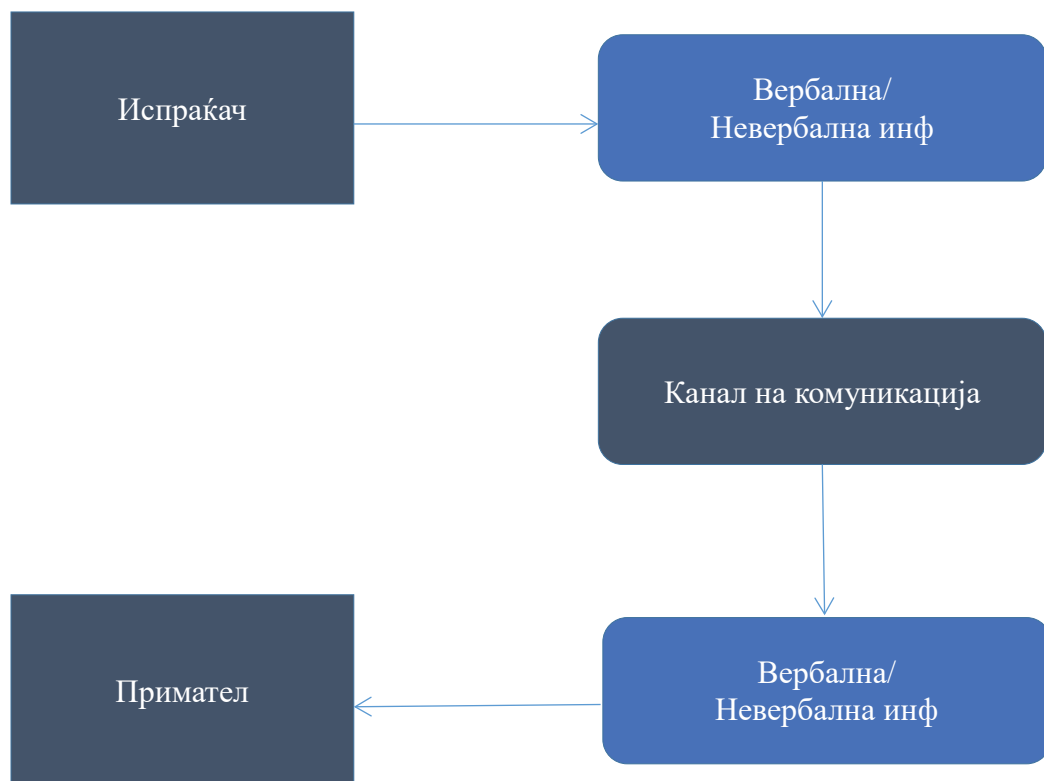
Дали им се
допаѓате? Дали
ви веруваат?
Дали делувате
како некој кој
ви помага

Вие (нема)/ќе
добиете
друга
прилика да
оставите прв

Каков прв
впечаток
сакате да
оставите???

КОМУНИКАЦИСКИ ВЕШТИНИ

Поим за комуникација



Видови на комуникација

■ Вербална :

- Слабиот вокабулар ќе ја лимитира вашата можност да ја пренесете *вистинската* порака.
- Непријатниот глас може да го одвлече вниманието на слушателот дури и од најдобро составената порака.

Водете сметка за тоа како звучите:

- Тон и јачина на глас
- Брзина на говорење
- Чистота на јазикот
- Избор на зборови
- Дали зборувате доволно гласно,

- Дали викате
- **Дали тонот на гласот е налутен, нестрплив, монотон**

■ **Писмена**

- Едноставност
- Употреба на конкретни и специфични зборови е подобра отколку на општи (Бев таму и го земав тоа што ми кажа ама тој си отиде и не му го дадов... И тоа остана кај мене и сега го употребувам за онакуење....)
- Без долги реченици
- Употреба на Bold, Italic, Normal, Colored букви
- Употребувајте кратки параграфи и bullets за да ги појасните вашите поенти во пораката
- Ставете се во улога на читател на пораката
- Секогаш правете проверка (граматичка)
- Пишувајте позитивно (каков е вашиот СТАВ?)

■ **Невербална - Говор на телото**

- Невербалната комуникација која е позната како „говор на телото“ праќа силни позитивни и негативни сигнали.
- Интензитетот со кој таа влијае врз пораката е следниот:

Комуникација

- Зборови _____%
- Тонот на гласот _____%
- Невербални знаци _____%

Говорот на тело вклучува:

- Лице

Лицето ги вклучува:

- Вашите изрази
- Вашата насмевка или нејзиното непостоење
- Навалување на главата

Која порака ја испраќат е ако некој презентира некоја нова идеја а вие се мурт ит е?

- **Фигура**

Фигурата ги вклучува:

- Вашиот став
- Вашите гестови
- Вашата облека и накит

Каква порака испраќат е ако ст е облечени секојдневно на некој важен сост анок?

- **Фокус**

Фокусот е вашиот контакт со очите со другите

- Перцепцијата на контактот со очи се разликува во различни култури. За повеќето македонци...
- Загледувањето ги прави другите луѓе да се чувствуваат неудобно
- Недостатокот на контактот со очи може да ве направи да изгледате слаб и недоверлив
- Наочарите можат да попречат во контактот со очи

Која порака ја испраќат е ако гледат е на друга ст рана додека некој ви зборува на вас?

- **Територија**

Територијата се фокусира на начинот на кој што го користите просторот.

- Перцепцијата за територија се разликува од култура до култура. Повеќето македонци се чувствуваат удобно во сопствен простор во дијаметар со должина од една рака.

Која порака ја испраќат е ако пост ојано се приближуваат е до лицет о кое се т рга од вас?

- Тон

Тонот е фактор на вашиот глас

- Висината или нискоста на гласот
- Волуменот е јачината на вашиот глас
- Се потенцира вашата интонација

Која порака ја испраќат е ако кога не се согласуват е зборуваат е многу гласно?

- Време

Времето се фокусира на начинот на кој го користите времето.

- Брзина со која зборувате
- Реакција е колку бргу се движите
- Точност односно колку сте на време

Која порака ја испраќат е ако пост ојано каснит е на сост аноци?

Типови на тешки слушатели

- Самотник
- Човек од малку зборови
- Добричина
- Негативец
- Сознајко
- Шегагација
- Снајпер

Како во непријатните ситуации?

- Доцнење
- Мобилни телефони/ Прекинување
- Прашања кои содржат погрешни информации или информации кои не сме ги дале ние
- Серии прашања
- Неочекувани прашања
- Лични напади

Методологии

МЕТОД	ОПИС	СЕ КОРИСТИ ЗА
Анализа на случајот	Давање информации за ситуацијата, насочување кон носење одредени одлуки или решавање на проблеми	- Разговор за заеднички проблеми во типична ситуација - Создавање можности за развој на вештините за решавање проблеми - Промовирање на групни дискусии и групно решавање на проблеми ПРИМЕР:
Демонстрација	На учесниците им се покажуваат прецизни чекори за извршување на задачата	- Подучување за специфични операции - Кога е потребно за содржината да се говори по чекори ПРИМЕР:
Групна дискусија	Тренерот ја води групата низ дискусија на одредена тема	- Им овозможува на учесниците да ги представат своите идеи - Ги подобрува вештините за решавање на проблеми - Промовира тимска работа создава чувство на одговорност кај учесниците ПРИМЕР:
Играње на улоги	Во играњето на улоги, две или повеќе лица играат различни улоги спрема сценарио кое се однесува на темата на обуката.	Помага да се промента ставови Им овозможува на луѓето да ги видат последиците од своите реакции во безбедна околина Овозможува изразување на ставови без непријатност. ПРИМЕР:

Симулација	Симулација претставува ситуација од вистински живот.	- Развива вештини и ставови без страв од грешки кои се појавуваат во секојдневниот живот - важно е симулацијата да се изведе од почеток до крај ПРИМЕР:
Презентација на инструкторите	Усно представување на нови информации	- Запознавање со нова тема - Пренесување на факти, статистики, прегледи.... ПРИМЕР:



ПРОЕКТОТ Е ФИНАНСИРАН ОД ЕВРОПСКА УНИЈА

Инструмент на Европска Унија за Пред-пристапна помош - ИПА

**„ОВАА ПУБЛИКАЦИЈА Е ИЗГОТВЕНА СО ПОМОШ НА ЕВРОПСКАТА УНИЈА.
СОДРЖИНАТА НА ОВАА ПУБЛИКАЦИЈА Е ЕДИНСТВЕНА ОДГОВОРНОСТ НА АВТОРОТ
И НА НИКАКОВ НАЧИН НЕ ГИ РЕФЛЕКТИРА СТАВОВИТЕ НА ЕВРОПСКАТА УНИЈА.”**

