

Jak se stát obchodním zástupcem

Tipy a **triky**
pro úspěšný
přijímací pohovor
a zkušební dobu

 **GRADA®**

Miroslav Konopáč



Miroslav Konopáč

Jak se stát obchodním zástupcem

Tipy a triky
pro úspěšný
přijímací pohovor
a zkušební dobu

Grada Publishing

Upozornění pro čtenáře a uživatele této knihy

*Všechna práva vyhrazena. Žádná část této tištěné či elektronické knihy nesmí být reprodukována a šířena v papírové, elektronické či jiné podobě bez předchozího písemného souhlasu nakladatele. Neoprávněné užití této knihy bude **trestně stíháno**.*

Mgr. Miroslav Konopáč

Jak se stát obchodním zástupcem

Tipy a triky pro úspěšný přijímací pohovor a zkušební dobu

Vydala Grada Publishing, a.s.

U Průhonu 22, 170 00 Praha 7

tel.: +420 234 264 401, fax: +420 234 264 400

www.grada.cz

jako svou 6248. publikaci

Odpovědná redaktorka Mgr. Hana Borovská, Ph.D.

Obálka, grafická úprava a sazba Eva Hradiláková

Počet stran 144

1. vydání, Praha 2016

Vytiskly Tiskárny Havlíčkův Brod, a.s.

© Grada Publishing, a.s., 2016

Cover Photo © Depositphotos/feedough

ISBN 978-80-271-9243-4 (ePub)

ISBN 978-80-271-9242-7 (pdf)

ISBN 978-80-271-0167-2 (print)

Obsah

O autorovi	7
Úvod	9
Jak s knihou pracovat?	10
1. Jak vypadá práce obchodního zástupce?	13
Co byste o práci obchodního zástupce měli vědět a jinde vám to neřeknou	13
Za co dostanete zaplacen?	15
Pro koho je práce obchodního zástupce vhodná?	19
2. Dovednosti, které k získání místa potřebujete	21
Komunikace – základní dovednost obchodníků	21
Komunikace není totéž co mluvení	22
Naučte se přizpůsobit komunikaci tomu, s kým mluvíte	23
Kontrolujte svoji řeč těla	23
Prodejní dovednosti	24
Empatie	25
3. Kde se dozvíte o volných místech?	27
Personální agentury	27
Kde ještě hledat volná místa?	28
4. Motivační dopis a životopis	31
Struktura	32
Přiměřený rozsah	33
Nelžete	33
Používejte spisovnou češtinu	33
Grafika	34
Motivační dopis	34
Adresa, předmět, oslovení – důležité detaily	35
5. Email jste odeslali, co bude dál?	37
Nic se nestane	37
Nemáme vhodné volné místo	38

Volné místo jsme již obsadili jiným kandidátem	38
Pozvání k pohovoru	39
6. Příprava na pohovor	45
7. Osobní pohovor: jak bude probíhat a jak při něm uspět?	49
Jak vzbudit dobrý dojem?	51
Otázky, které můžete dostat, a jak na ně (ne)odpovídat	53
Otázky, které je vhodné při pohovoru položit (a které nepokládat)	68
8. Skupinové výběrové řízení a jak si ho užít?	71
Jak uspět?	72
Klíčové rady před skupinovým výběrovým řízením	83
Průběh skupinového výběrového řízení	86
Výsledky výběrového řízení a jak s nimi pracovat	100
9. Jak přežít zkušební dobu?	103
Buďte pozitivní	103
Zpívejte se sborem	105
Dělejte to, za co vás platí	106
Učte se, učte se, učte se	106
Staňte se součástí týmu	110
Prodávejte se	111
Nezdráhejte se zviditelnit i mimo váš tým	113
Vyhňte se velkým malérům	113
Nejste samostatná jednotka	114
Pracovní doba	114
Buďte společenštlí	115
Važte si svého zaměstnavatele	115
Ukončení zkušební doby	118
Závěr	119
Přílohy	121
Vzor životopisu	121
Vzor motivačního dopisu	122
Test obchodně matematických dovedností	123
Test analytických schopností	127

O autorovi

Miroslav Konopáč začal s obchodováním před více než dvaceti lety. Nejprve podnikal samostatně. Postupně se vše sám učil a byla to pro něj tvrdá škola. Později pracoval jako obchodník v největší firmě v oblasti spotřebního zboží, kde naopak prošel školou prodeje, která se tehdy prosazovala v mezinárodním firemním prostředí.

V dalších letech měl možnost podívat se na prodej z druhé strany, očima odběratelů. V té době už začínal pracovat na rozvoji zaměstnanců a podílet se na jejich výběru a přijímání.

V následujícím období působil v oblasti bankovníctví, kde se opět podílel na výběru a rozvoji lidí a také na strategiích prodeje výrobců a služeb klientům. Spolu s tím přebíral zodpovědnost za vedení podřízených. Oblast prodeje rozšířil i o dovednost prodeje vlastního oddělení dovnitř firmy.

Předtím, než se začal naplno věnovat tréninku a rozvoji lidí, pracoval mnoho let s obchodníky na trhu. Absolvoval tisíce obchodních schůzek, koučinkových setkání, rozhovorů a obchodních cest s prodeji.

Dnes působí jako vyjednaváč, zastupuje jednotlivce i firmy na obchodních schůzkách. Kromě toho vede tréninky a školení v oblasti měkkých dovedností a poskytuje podporu jako konzultant.

Autor se řídí zásadou, že nejlepší je dělat věci jednoduše a přirozeně. Čím je postup složitější, tím spíše se vše může pokazit. Proto i v této knize používá jednoduché, praktické návody a doporučení.

Úvod

Touto knihou nepotěším firmy, které zaměstnávají tisíce obchodních zástupců, prodávajících jejich výrobky nebo služby. Noční můrou bude moje kniha pro personalisty, kteří se snaží vybrat nejvhodnější kandidáty na skvělá uvolněná místa ve svých firmách. Od této chvíle bude moci být tím pravým adeptem na místo prodejce každý, kdo se bude řídit mými radami.

Radost naopak udělám lidem, kteří se obchodními zástupci ve firmách teprve stát chtějí. Lidem, kteří si chtějí užívat života zaměstnanců, co nemusí sedět v kanceláři, jsou neustále v kontaktu se zákazníky a mohou sami ovlivňovat výši svého platu.

Zklamání ušetřím všechny, kdo by se chtěli práci obchodních zástupců a prodejců věnovat, ale s mojí pomocí zjistí, že by to nebylo nic pro ně.

Co všechno se tedy v této knize dozvíte? Pochopíte, co to znamená pracovat ve velké společnosti na pozici obchodního zástupce. Označení „obchodní zástupce“ budu v této knize používat spolu s výrazy „prodejce“ a „obchodník“, protože různé firmy pracovníky na podobných prodejních pozicích pojmenovávají různými způsoby. Všechna tato pojmenování však zde mají stejný význam a popisují jednu a tutéž pracovní pozici.

Dále se dozvíte, jak tato místa vyhledávat a jak se o ně správně ucházet.

Krok za krokem si ukážeme co dělat, aby vás vybrali na obchodní pozici do vaší vysněné firmy.

Zjistíte také, co vás čeká v případě, že projevíte zájem o pozici prodejce. Provedu vás celým procesem výběrového řízení a naučím vás, jak se stát tím nejlepším kandidátem a výrazně zvýšit svoji šanci na přijetí.

Budete mít možnost vyzkoušet si úlohy z výběrových řízení a připravit se na ně. Dále vás seznámím s nejčastějšími otázkami, se kterými se můžete při výběrových řízeních setkat, a napovím vám, jak na ně odpovídat.

Rady a tipy z této knihy vám tak dají veliký náskok před ostatními kandidáty a zvýší vaši šanci na úspěch.

Jak s knihou pracovat?

Knihla vás provede celým procesem hledání místa a výběrového řízení krok za krokem. Pokud jste na začátku a přemýšlíte o pozici prodejce, bude pro vás nejlepší přečíst si knihu celou. Jestliže jste už v hledání místa pokročili do další fáze, můžete začít v bodě, v němž se právě nacházíte. K předchozím kapitolám se můžete podle své potřeby vždy vrátit.

Mnoho let jsem pracoval jako prodejce a obchodní zástupce. Byl jsem zaměstnán u největších z největších a vyzkoušel jsem si, jaké je to být součástí ohromné rodiny prodejců. Postupem času jsem se začal podílet na školení nováčků a podpoře stávajících zaměstnanců. Přešel jsem na pozici trenéra a pravidelně jsem se účastnil výběru

nových zaměstnanců do obchodního oddělení. Spolu s jejich nadřízenými jsem se podílel na rozvoji zaměstnanců, jejich školení a zapracování. Dobře tedy vím, co je **třeba dělat a jak se chovat**, aby si vás firma vybrala, abyste byli hvězdou výběrového řízení a výrazně zvýšili své šance na úspěch. O všechny své znalosti se s vámi v této knize podělím.

Jak vypadá práce obchodního zástupce?

1

V této knize se budu věnovat hlavně práci obchodního zástupce ve velkých, většinou nadnárodních společnostech. Důvodem je to, že zaměstnávají na obchodních pozicích nejvíce lidí, a je tedy velká pravděpodobnost, že se tam budete ucházet o místo i vy. Zároveň mají nejpropracovanější systém výběru lidí, a proto se na něj můžete nejlépe připravit. Tato kniha vám v tom může významně pomoci.

Neznamená to však, že byste moje rady nemohli využít, pokud se budete ucházet o místo v menší nebo docela malé firmě. Naopak, v tom případě **budete zřejmě naprosto excelovat** a zdaleka přesahovat očekávání svých budoucích zaměstnavatelů – jen způsob výběru vhodného adepta i jeho následná práce mohou být méně strukturované či propracované, než je tomu u velkých mezinárodních firem.

Co byste o práci obchodního zástupce měli vědět a jinde vám to neřeknou

Co byste tedy o práci obchodního zástupce měli vědět, abyste si byli jisti, že ji chcete dělat? Vaším úkolem bude zastupovat firmu, pro kterou pracujete, u zákazníků. Budete zákazníky osobně navštěvovat a s největší pravděpodobností jim prodávat výrobky nebo služby. Obchodní zástupce dostane služební auto, služební mobil, svěří mu portfolio zákazníků, nějaký region nebo obojí. K tomu ho

firma většinou vybaví notebookem, který obsahuje data o zákaznících a výrobcích a který umožňuje vytvářet objednávky – pokud je obchodník sám uzavírá. Samozřejmostí je, že služební auto můžete používat i ve svém volném čase – vykazujete potom soukromé kilometry a za ně je vám strhávána určitá částka. Rčení, že nejlevnější auto je to služební, platí na 100 %.

V tuto chvíli si mnohý ze čtenářů řekne: Super, dostanu auto, mobil a budu si jezdit jako pán, budu si domlouvat schůzky podle potřeby, nálady a sympatií zákazníků. Takto práce obchodních zástupců často vypadala v 90. letech a někde možná i později. Dnes však už s něčím podobným rozhodně nepočítejte. Spolu s přidělenými zákazníky a regionem dostanete obvykle též určeno, kdy a ke komu musíte jet, jak často v měsíci nebo roce máte určitého zákazníka navštívit a v které dny to bude. Často dokonce dostanete doporučení, kolik času máte u zákazníka strávit, abyste stačili splnit všechny své úkoly. Vaše návštěvy u klientů budou několikrát kontrolovány různými způsoby. Je pravděpodobné, že budete mít v autě nebo v mobilním zařízení modul GPS, díky kterému si váš nadřízený v kteroukoli dobu může zobrazit na mapě místo, kde se zrovna nacházíte. Někdo to může vnímat jako šikanu, slídilství a buzeraci, ale je to tak. Firma to bude nejspíš zdůvodňovat tvrzením, že chrání vaše auto proti krádeži, že chrání vás, aby se vám něco nestalo, bla bla bla. Hlavním cílem firmy ale vždy zůstává postarat se o to, abyste se neflákali a co nejlépe využívali pracovní dobu. Pokud budete mít rozumného šéfa, dá se s tím žít. Setkal jsem se ale i s případem, kdy nadřízený volal obchodnímu zástupci a ptal se ho, proč strávil na cestě mezi dvěma zákazníky deset minut místo obvyklých pěti. Vysvětlením bylo, že si onen zaměstnanec potřeboval odskočit, a tak si udělal v lese zastávku. **Připadá vám to jako zlý sen?** Ano – ale na těchto pozicích už to asi lepší nebude. Zaměstnavatelé si kupují váš čas, vaši pracovní sílu