8 PRODAJA

8.1 OPREDELITEV PRODAJE

1. Kakšne so značilnosti prodaje kot poslovne funkcije v podjetju?

2. Kaj je pomembno za uspešno prodajo?

3. Kaj storiti pri prvem srečanju s kupcem?

4. Kaj je značilnost pogajanj?

8.2 PRODAJNI PROCES

1. Kaj je prodajni proces?

2. Katere faze vsebuje prodajni proces v trgovini, kjer je kupec končni porabnik?

3. Kakšne so značilnosti prodajnega procesa, če prodajamo izdelke in storitve, ki pomenijo veliko investicijo drugemu podjetju?

4. Katere faze vsebuje prodajni proces, če prodajamo izdelke in storitve, ki pomenijo veliko investicijo drugemu podjetju?

8.2.1 PONUDBA

[1. Kaj je ponudba?](#ponudba)ponudba

2. Kaj je običajno ponudba v praksi?

3. Katere vrste ponudb imamo?

4. Kakšne so značilnosti nezahtevane ponudbe?

5. Kakšne so značilnosti zahtevane ponudbe?

6. Katere vrste ponudb poznamo glede na obveznosti?

7. Kakšne so značilnosti zavezujoče ponudbe?

8. Kakšne so značilnosti nezavezujoče ponudbe?

8.2.2 PRODAJNI KATALOG

1. Kaj je prodajni katalog?

2. Kaj vsebuje prodajni katalog?

3. Komu podjetja naročijo katalog zaradi zahtevnosti oblikovanja le-tega?

4. Kako mora biti oblikovan katalog?

8.2.3 PRODAJNA POGODBA

1. Kaj je prodajna pogodba? Kako nastane?

2. Kateri pravni viri veljajo za vse prodajne pogodbe?

3. Kakšne so lahko določbe v prodajni pogodbi?

4. Kaj so uzance?

5. Kaj mora biti podano za nastanek prodajne pogodbe?

6. Kakšen mora biti posel?

7. Kdaj so prodajne pogodbe veljavno sklenjene?

8. Katere so zakonske sestavine prodajne pogodbe?

9. Katere so redne sestavine prodajne pogodbe?

10. Kaj lahko še uredimo v prodajni pogodbi?

11. Kaj spada k posebnim sestavinam prodajne pogodbe?

12. Kaj je značilno za splošne prodajne pogoje?

13. Kaj je značilno za pridržek lastninske pravice?

14. Kaj je značilno za pravico do zamenjave?

15. Kaj je značilno za pogodbeno kazen?

**16. Kaj je značilno za odstopnino?**

8.2.4 POTRDITEV NAROČILA

[1. Kaj je značilno za potrditev naročila?](#potrditev_narocila)

2. Zakaj prodajalec v notranji trgovini le redko potrdi naročilo z dopisom, v zunanji trgovini pa je to nujno?

3. Kako lahko ravna kupec, potem ko je že pisno naročil izdelke oz. storitve in se je premislil glede naročila? Kako ravna prodajalec v tem primeru?

8.2.5 ODPREMA BLAGA

1. Kaj sporoči prodajalec glede odpreme blaga?

2. Kakšne so značilnosti obvestila o odpremi blaga oz. obvestila, da je blago pripravljeno za prevzem?

8.2.6 DOBAVA

1. Kako ravna prodajalec, če pred iztekom dobavnega roka spozna, da roka ne bo mogel izpolniti?

8.2.7 DOBAVNICA

[1. Kaj je dobavnica?](#dobavnica) Katere dokumente štejemo med spremne listine?

2. Kdo priloži dobavnico pri dostavi blaga?

3. Kaj mora vsebovati dobavnica?

4. V koliko izvodih se izdaja dobavnica? Kakšni so nazivi za posamezne dobavnice? Kakšne so njihove značilnosti?

8.2.8 IZDANI RAČUNI

[1. Kaj je namen izdanega računa?](#racun)

2. S čim se morajo ujemati vse bistvene sestavine računa?

3. Kateri so obvezni podatki na računu, ki je izdan drugemu podjetju?

4. Kdaj naj račun dospe do kupca?

8.2.9 PRITOŽBA STRANKE

1. Kako reševati pritožbe strank?

2. Katere pravice, lastnosti oziroma kateri odnos … ima stranka, ki se pritožuje?

8.2.10 EVIDENCE V PRODAJI IN ARHIVIRANJE

1. S čim se sklene prodajni proces?

2. Katere evidence so potrebne za učinkovito prodajno poslovanje?

3. Kaj je smiselno arhivirati, da ne izgubimo pregleda nad posameznim kupo-prodajnim poslom?

8.3 KAJ PRODAJNEGA REFERENTA ŠE ZANIMA?

8.3.1 OBSEG PRODAJE

1. Na kakšen način lahko opazujemo obseg nabave?

2. Kaj lahko pomeni povečan obseg prodaje?

3. Kako se lahko izraža učinkovitost prodaje?

4. Kakšno razmerje predstavlja kazalec učinkovitosti?

5. Kdaj je kazalec doseganja načrta prodaje sporen?

8.3.2 ANALIZA PRODAJE

1. Kaj podjetje z analizo prodaje ujame pod drobnogled?

2. Na katerem dejstvu temelji koncept življenjskega ciklusa?

3. Kakšne so značilnosti življenjskega ciklusa za večino izdelkov?

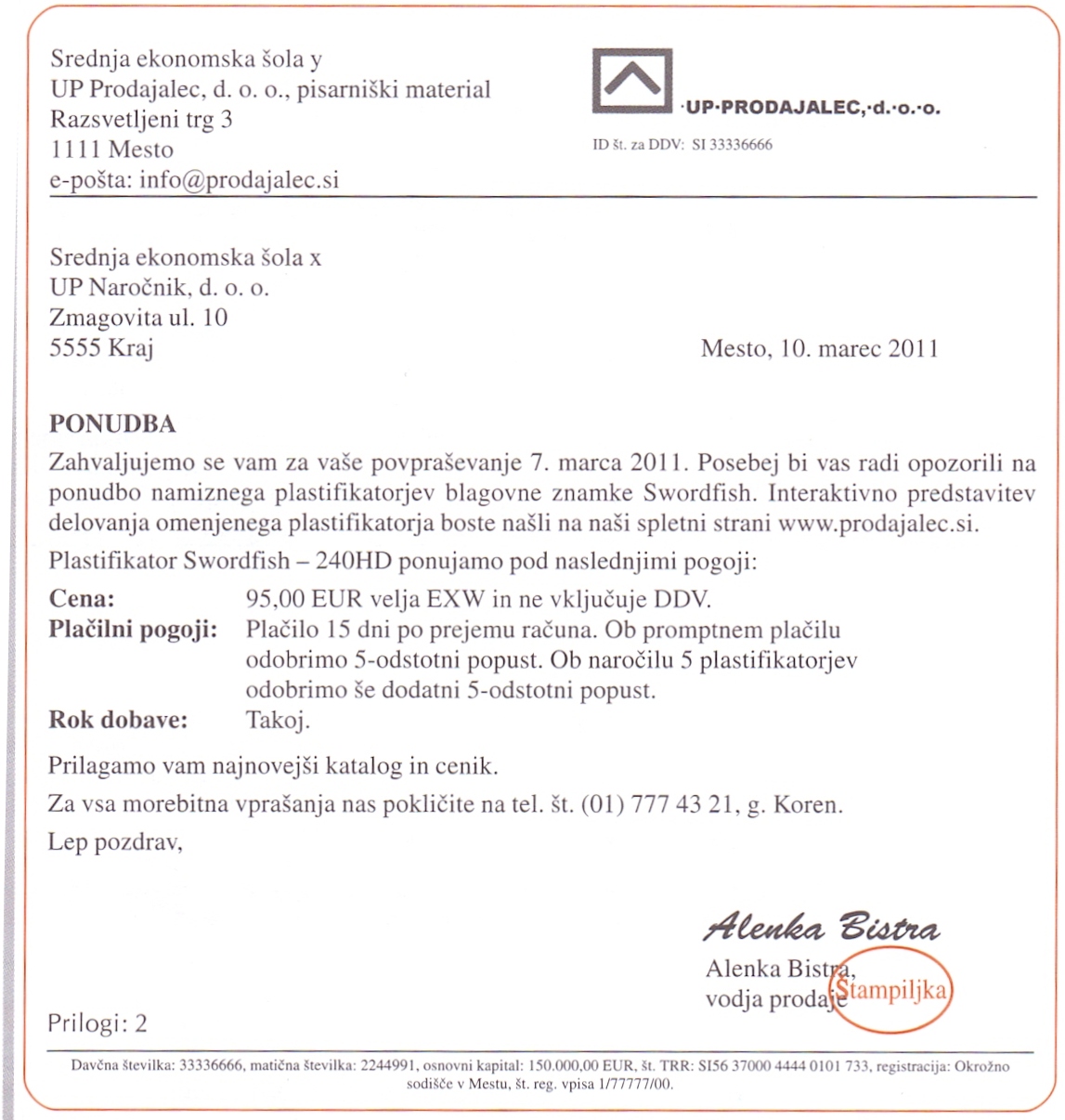
8.3.3 IZGRAJEVANJE PARTNERSTVA

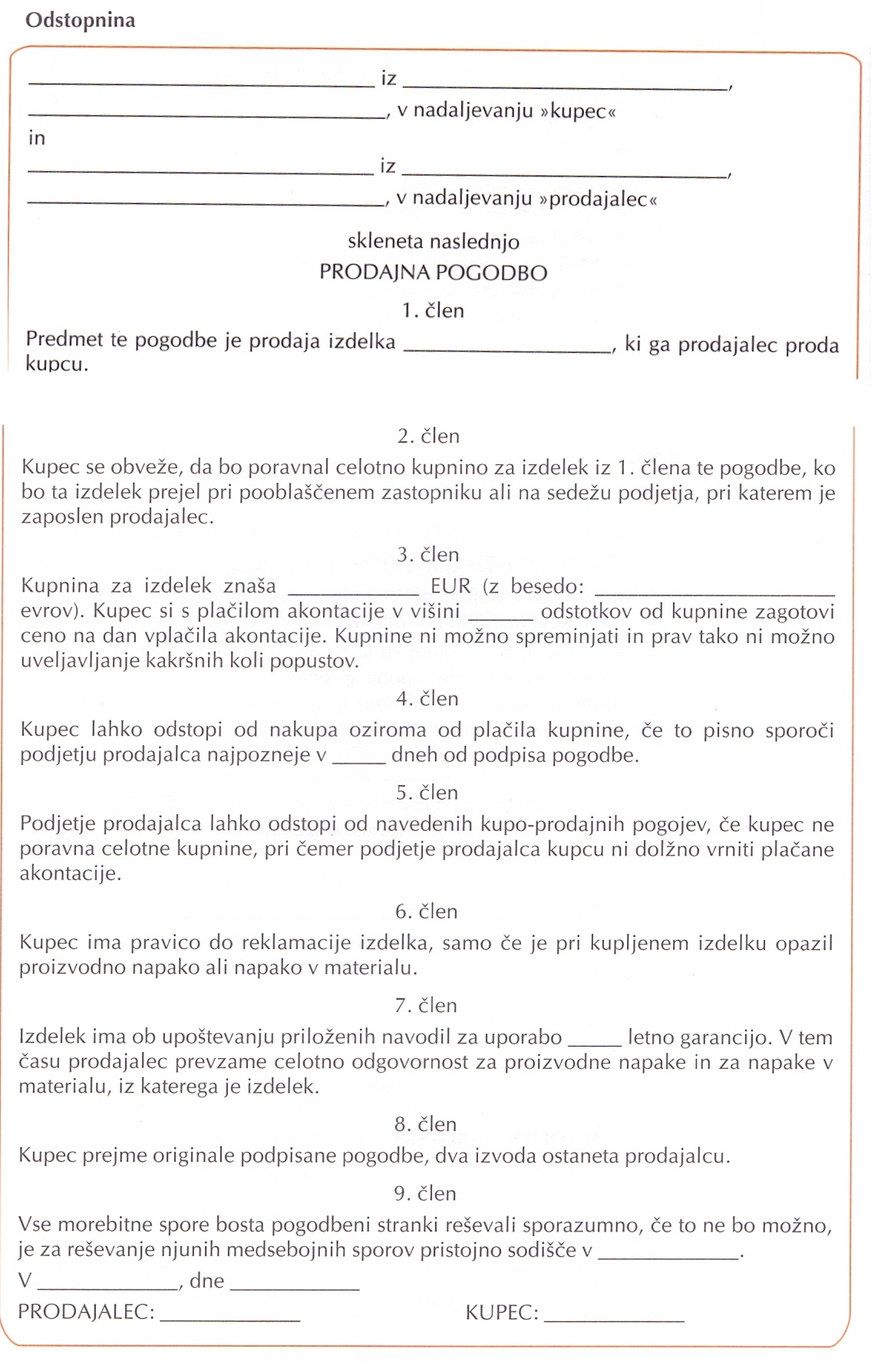
1. Kako lahko povečamo prodajo?

2. Na čem temelji poslovanje podjetja?

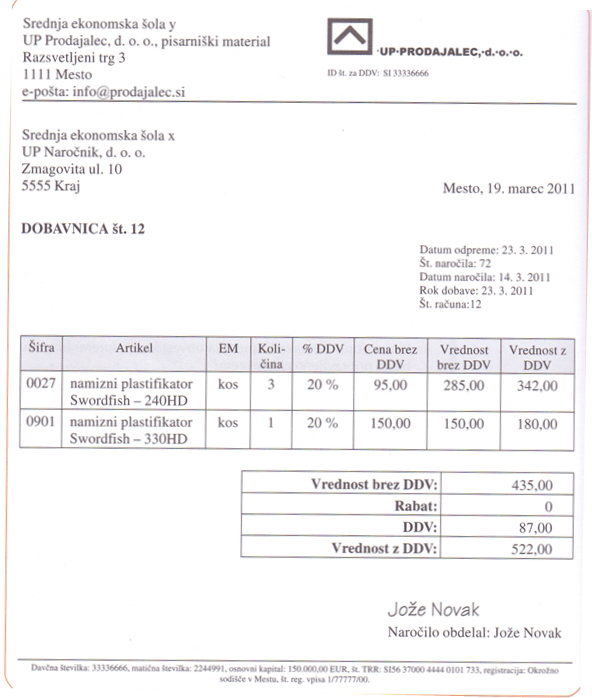
3. Kako se pridobi zvestobo kupcev?

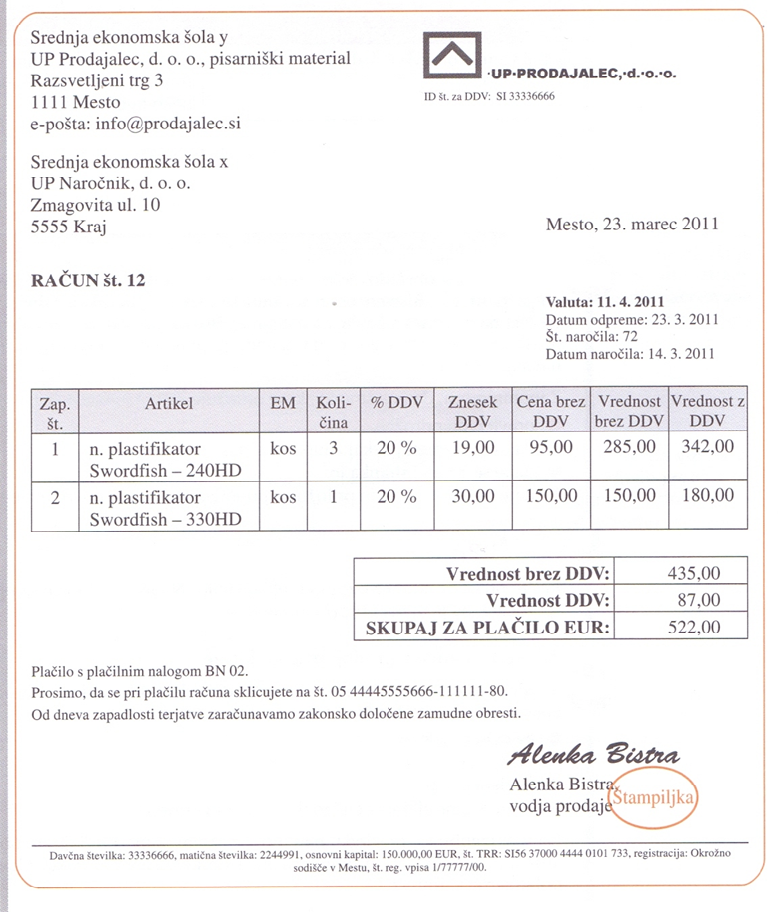
4. Kaj obsega poprodajno trženje?

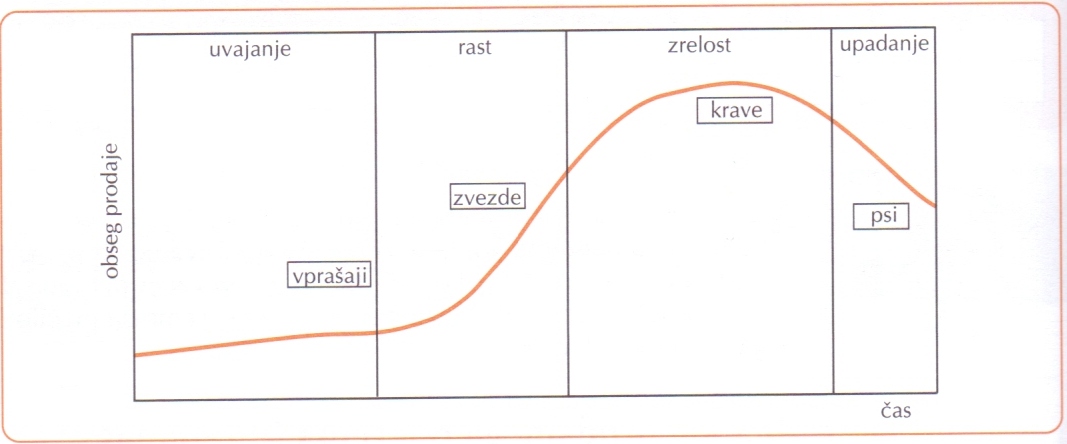
[](#ponudba_nazaj)



[](#potrditev_narocila_nazaj)

[](#dobavnica_nazaj)

[](#racun_nazaj)

[](#zivljenski_ciklus_nazaj)