POT – vprašanja za test 3. konferenca, 2. letnik

1. Naštej prednosti in slabosti pisnega in ustnega sporočanja!

USTNO – prednosti:

- Sogovorniku se lahko takoj posvetimo.

- Je hitrejše in pogosto cenejše.

Slabosti:

- Nimamo zapisa, zato pozneje nimamo dokazila in tudi ne moremo nikamor pogledati, če smo kaj pozabili.

- Obširnih pogovorov naj ne bi delali samo v ustni obliki.

PISNO – prednosti:

- lahko hranimo (dokazila)

- obvestila lahko prejemnik obdela večkrat in skrbneje

- bolje pripravimo in se v njih lahko natančneje izražamo

- obsežne informacije lahko posredujemo samo pisno.

Slabosti:

- drago

- dalj časa taja

2. Kakšno je aktivno in kakšno pasivno sporočanje?

Aktivno sporočanje se začne na vašo ponudbo. Pri pasivnem sporočanju je pobudnik pogovora partner in se nanj ne moremo prej pripraviti.

3. Oblike pisnega sporočanja + opiši!

a. Poslovno pismo (dopis) – tradicionalna oblika sporočanja.

b. Faks – pisne oblika sporazumevanja. Sporočila pošiljamo po telefonskem omrežju. Ni uporaben kadar partner potrebuje original.

c. Elektronska pošta

d. Obrazci – ena od oblik pisnega komuniciranja. Varčna oblika posl. dopisovanja.

4. Zakaj je pomembna zunanja oblika poslovnih pisem?

Prejemnik oceni pošiljatelja po zunanji obliki pisma.

5. Na kaj je potrebno paziti?

- pravilno napisano ime

- pravilen in natančen naslov

- pomembna oblika dopisov (A4 in bel list)

6. Zakaj uporabljano priloge pri sestavnih delih dopisa?

- opozorimo bralca na priloge

- omogočimo bralcu da preveri, če so vse priloge priložene

7. Zakaj so pomembne evidenčne oznake?

- s tem opozorimo na predhodne dopise in njihove avtorje

- pozneje nam pomagajo ugotoviti kdo je pismo pisal oz. sestavil

8. Zakaj je pomemben seznam obveščenih?

Prejemnika obvestimo:

- kdo vse pozna vsebino

- koga mu ni potrebno več obvestiti

9. Kakšen je dober in kakšen slab slog v poslovnih pismih?

- kratko in jedernato

- kratki stavki

- brez odvečnih formulacij

- vljudno

- uporaba glagolov ne samostalnikov

10. Kako bi zmanjšali stroške posl. dopisov?

Z racionalnim pisanjem.

11. Kako pišemo pisma racionalno?

- standardna pisma

- računalniška standardna pisma

- kratka sporočila (obrazci, odgovor na kopiji)

12. Kaj je obdelava besedila?

Skupni pojem za izdelovanje gradiva in njihovo uporabo.

13. Kaj je povpraševanja in kaj je njegov namen?

S povpraševanjem kupec pozove prodajalca naj izstavi ponudbo ali dopolni oz. spremeni obstoječe ponudbo.

14. Naštej vrste povpraševanja!

- splošno povpraševanje – kupec želi le splošne informacije

- posebno povpraševanja – kupec želi natančne informacije o značilnostih, cenah, dobavnih in plačilnih pogojih določenega blaga.

15. Splošna shema povpraševanja – kaj napisati pod lastno željo?

Katere informacije potrebujemo splošne ali posebne.

16. Ali imajo vsi poslovni dopisi vse točke?

Ne, odvečni deli so le nepotrebni stroški za oba partnerja.

17. Kaj je ponudba?

Dan predlog za sklenitev prodajne pogodbe tistega, ki je voljan prodati.

18. Naštej in opiši vrste ponudb!

- naročena (zahtevana) ponudba – kupec je izrazil zanimanje. Pri njej pazimo da odgovorimo na vsa vprašanja kupca.

- nenaročena (ne zahtevana) – ne gre za povpraševanja kupca, zato jo je treba nekako utemeljiti.

19. Kakšne ponudbe ločimo glede na razlog?

a. Ponudba, ki veže

- kadar jo določena oseba pošlje določenemu naslovniku.

- kadar je vsebinsko dovolj opredeljena

- če je jasno izraženo da ponudnik želi blago prodati

- kadar v njej ni opozorila, da je ponudba neobvezna.

b. neobvezna ponudba

Ponudnik ponuja blago neobvezno kadar se ne želi vezati. To doseže z določilom »ponujamo neobvezno«.

20. Kdaj niso ponudbe prave, so le ponudbi podobne oblike?

Kadar manjka kakšna značilnost ponudbe to so npr. letaki brez naslovnika

 21. Je potrebna utemeljitev pri ponudbi?

Ne, vsebuje že povod za pisanje.

22. Kaj je cirkularno pismo?

Pošljemo večim prejemnikom vendar pogosto posnemajo osebni pogovor.

23. Naštej faze naročanja blaga!

a. Načrtovanja potreb

- katero blago potrebujemo

- v kakšni količini

- ob katerem času

b. Pridobivanje informacij

- kateri dobavitelj ponuja to blago

- količina

- cena

- kakovost

- dobavni in plačilni pogoji

c. Odločitev

Katero blago bomo naročili in pri katerem dobavitelju.

24. Splošna shema naročila – lastna želja

Napišemo samo naročilo.

25. Kdo piše potrditev naročila?

Prodajalec

26. Zakaj je treba potrditi naročilo?

- kupec ve, da ima zagotovljeno blago in ga ne bo naročil pri drugem dobavitelju.

- prodajalec potrdi pogoje.

27. Na kaj prodajalec pazi preden potrdi naročilo?

- pozanimati se mora o tem kakšen plačnik je kupec

- prodajalec pove če se strinja s pogoji ali pa doda svoje

28. Kaj je sklepnica oz. zaključnica?

Kombinacija naročila in potrditve naročila.