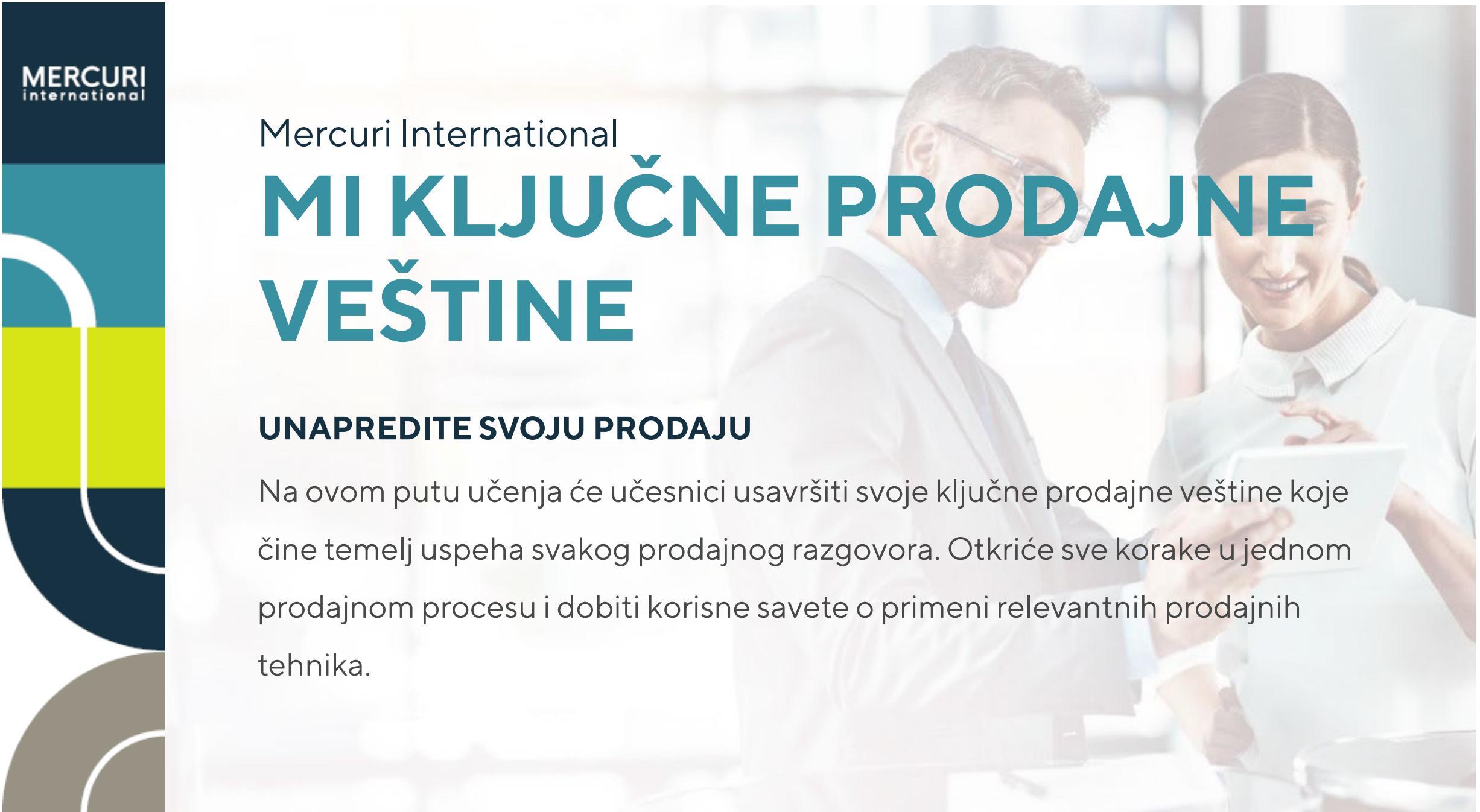


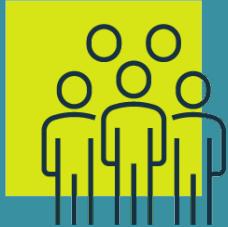
Mercuri International

MI KLJUČNE PRODAJNE VEŠTINE

UNAPREDITE SVOJU PRODAJU

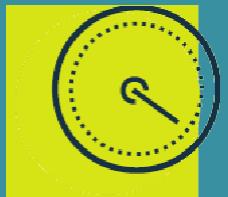
Na ovom putu učenja će učesnici usavršiti svoje ključne prodajne veštine koje čine temelj uspeha svakog prodajnog razgovora. Otkriće sve korake u jednom prodajnom procesu i dobiti korisne savete o primeni relevantnih prodajnih tehnika.



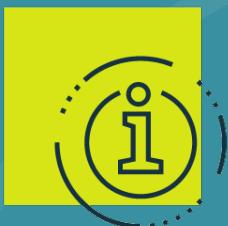


UČESNICI

Svi zaposleni koji se bave prodajom i žele da unaprede svoje prodajne rezultate.

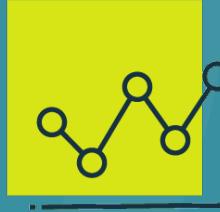


TRAJANJE: 6h



OSTALE INFORMACIJE

Ovaj put učenja oslanja se na priču koja prati prodavca i njegovog kouča. Put sadrži video snimke, vežbe i dokumente koji se mogu preuzeti (download), interaktivne aktivnosti i otvorene forume za povezivanje s ostalima iz grupe.



PREGLED OBUKE

- Korak 1: Uvod u DAPA metod prodaje**
- Korak 2: Samoprocena – Test Empatija/Projekcija**
- Korak 3: Razumevanje vaših kupaca**
- Korak 4: Priprema prodajnog sastanka**
- Korak 5: Definisanje potreba vašeg kupca**
- Korak 6: (Virtuelna) implementacijska radionica***
- Korak 7: Efikasna argumentacija**
- Korak 8: Rešavanje prigovora**
- Korak 9: Zaključivanje prodaje**
- Korak 10: (Virtuelna) implementacijska radionica***
- Korak 11: Sertifikacija**
- Korak 12: 2 individualna koučinga***

***Opciono**



OPIS PUTA UČENJA

KORAK 1: UVOD U DAPA METOD PRODAJE

Šta je to DAPA?

Efikasna prodaja zahteva strukturu koja uspešno podstiče na kupovinu. U ovom modulu učesnici otkrivaju kako DAPA način prodaje može pomoći da utiču na motivaciju kupaca i da ih navedu da sami dođu do zaključaka i odluka u vezi sa procesom prodaje.

Skraćenica DAPA znači:

- Definition – definisanje potreba kupaca za vašim proizvodom ili uslugama.
- Acceptance – prihvatanje tih potreba od strane kupca.
- Proof – dokaz da vaše rešenje može da ispuni potrebe kupca.
- Acceptance – prihvatanje rešenja od strane kupca.



KORAK 2: SAMOPROCENA – TEST EMPATIJA / PROJEKCIJA

Test u Empatija/ Projekcija će učesnicima omogućiti da dođu do uvida:

- koliko su empatični,
- kakva je njihova moć uticaja na druge (projekcija),
- koja su njihova prioritetna polja za razvoj.



KORAK 3: RAZUMEVANJE VAŠIH KUPACA

Za uspeh u prodaji važno je da prodavci razumeju situaciju u kojoj se kupac nalazi

Ovaj modul obrađuje teme kao što su:

- Analiza kupčeve situacije: Kakva je situacija u industriji u kojoj kupac posluje? Kako se promene odražavaju na njegov posao? Kako situacija na tržištu utiče na njegov posao?
- Način razgovora sa kupcima koji pružaju otpor njihovom načinu rada, koji ne žele da dele informacije ili onima koji ne žele njihovu ponudu.
- Kako raditi sa onima koji su zadovoljni sa jednim od njihovih konkurenata ili pak onima koji imaju potrebu ali ne i budžet?



KORAK 4: PRIPREMA PRODAJNOG SASTANKA

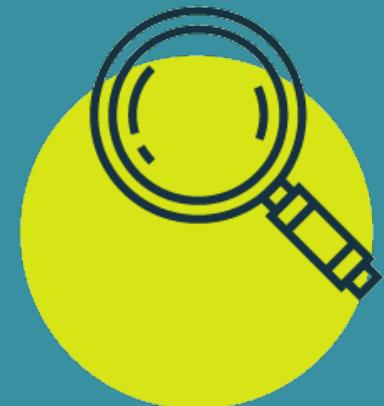
Tajna je u pripremi

Jedna od ključnih stvari za uspeh jeste samouverenost, a da bi prodavac bio samouveren, važna je priprema. Ovaj modul tretira ovaj ključni korak prodaje.

Kako se pripremiti

Učesnici stiču znanje o tome kako da se u potpunosti pripreme za prodajni sastanak na osnovu ovih ključnih tačaka:

- Prikupljanje informacija
- Analiza odnosa
- Cilj sastanka
- Struktura pristupa



KORAK 5: DEFINISANJE POTREBA VAŠEG KUPCA

Kako nastaviti posle prvog sastanka?

Da bi saznao potrebe klijenta, prodavac treba da postavlja prava pitanja i sa pravim stavom. U ovom modulu će naučiti kako da formuliše pitanja da bi što bolje razumeo klijentovu situaciju.

Ovaj korak obrađuje strukturisanu tehniku postavljanja pitanja na koja se traže odgovori, tzv. FOCA tehniku. Ovaj metod zasniva se na otkrivanju trenutne situacije kupca, ali i novih potreba. Prilikom postavljanja pitanja, a koristeći se tehnikom levka, prodavac stvara uslove za prikupljanje svih potrebnih informacija, kako bi nastavio sa prodajnim procesom.

Modul – Razumevanje vašeg kupca

Ovaj korak sadrži modul koji učesnike, kroz interaktivne aktivnosti i video snimke, vodi kroz koncept definisanja potreba kupca.



KORAK 6: (VIRTUELNA) IMPLEMENTACIJSKA RADIONICA*

Trajanje: 1,5h

Broj učesnika: max 12

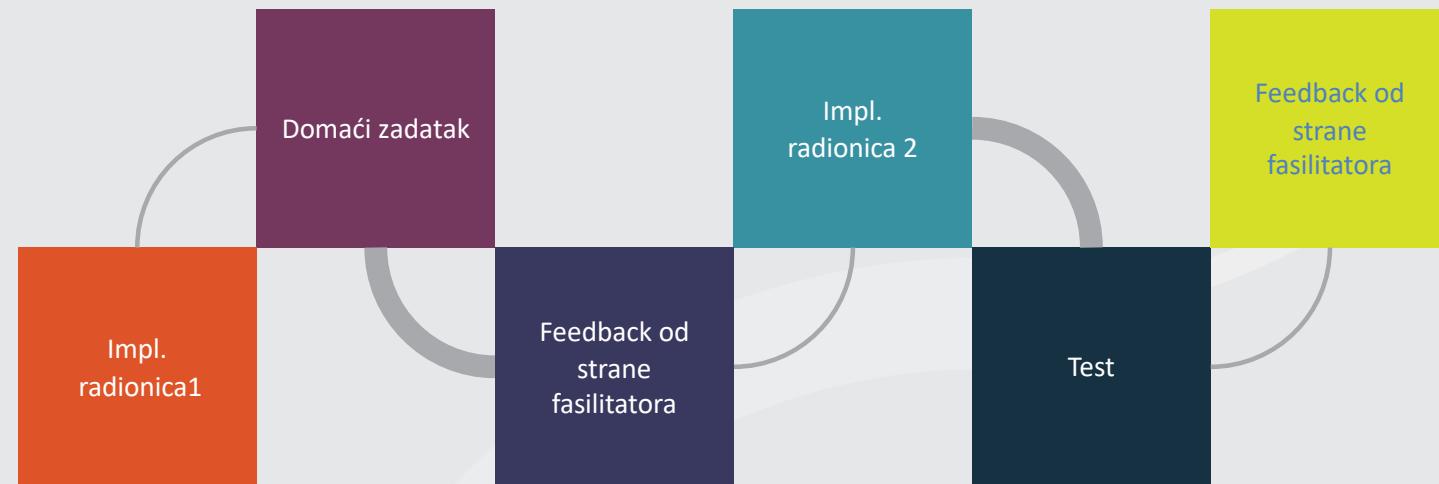
Cilj: Primena stečenih znanja i veština u praksi,
sticanje samopouzdanja u procesu pripreme
prodajnih sastanaka.

*Napomena: Radionice su namenjene provežbavanju
stečenih znanja na primerima učesnika i deo su
naprednijih paketa puteva učenja.

*Opciono



ORGANIZACIJA IMPLEMENTACIJSKIH RADIONICA



Impl. radionica 1:

Teorija, Diskusija,
Vežba i domaći zadata

Trajanje :2 h.

Domaći zadatak i feedback:

Rad na domaćem zadatku
i individualni feedback

Impl. radionica 2:

Ponavljanje, Q&A, Vežbe,
Deljenje najboljih praksi

Trajanje: 2 h.

Test i feedback

KORAK 7: EFIKASNA ARGUMENTACIJA

Efikasna argumentacija

U ovom modulu učesnici uče da uvere svog kupca u efikasnost njihovog rešenja. Obraduju se načini na koje kupcu treba pokazati da prodavčev proizvod ili usluga zadovoljava njegove zahteve.

Prodavci uče da privuku pažnju kupca i na efektan način predstave prednosti njihovog rešenja u odnosu na potrebe klijenta.

Modul – Argumentacija i prodaja cene

Ovaj korak sadrži interaktivne aktivnosti uz pomoć kojih se učesnici obučavaju da iznose argumente i naprave pravu strategiju za efikasno predstavljanje cene proizvoda ili usluge.



KORAK 8: REŠAVANJE PRIGOVORA

Ključna faza u prodajnom procesu

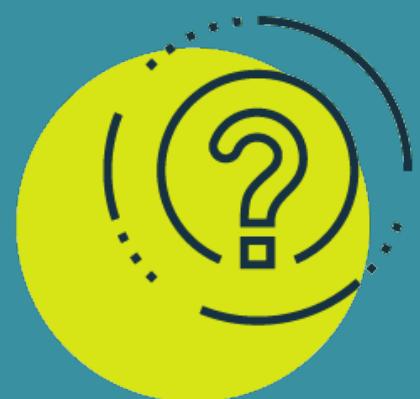
Nije neuobičajeno da se u nekoj fazi prodajnog sastanka dobije i neki prigovor. Razumevanjem prigovora i onoga na šta oni ukazuju prodavci otkrivaju i najefikasniji pristup kako da se s prigovorima nose.

Tehnika 7 koraka

Ova tehnika učesnicima pomaže da razumeju prigovore kupca i da ih pravilno rešavaju.

Modul – Rešavanje prigovora

Za efikasno postupanje sa prigovorima veoma je bitno da prodavci nauče na koji način ih treba primati. Ovaj modul postepeno objašnjava značaj ponašanja prodavca i ukazuje na važnost analize uzroka, tj. onoga odakle prigovor dolazi.



KORAK 9: ZAKLJUČIVANJE POSLA

Zaključivanje posla – početak saradnje

U ovom koraku učesnici otkrivaju kako se uspešno zaključuju poslovi. Tačnije, upoznaju 6 tehnika koje će ih voditi kroz uzbudljive, ali opet teške, završne korake prodajnog procesa.

Kako možemo da ubrzamo odluku kupca? Kada je pravo vreme za zaključivanje i zašto ponekad ne uspevamo u tome? U ovom interaktivnom modulu dobijaju odgovore na pitanja u vezi sa zaključivanjem prodaje.

Modul – Kako zaključiti prodaju

Pritisak je na vrhuncu, a ulozi su veliki. Pomoću interaktivnih aktivnosti i video zapisa, kao i pomoću alata za samoprocenu, učesnici će savladati relevantne tehnike izlaženja na kraj sa krajnjim tačkama otpora kako bi dobili konačno „da“.



KORAK 10: (VIRTUELNA) IMPLEMENTACIJSKA RADIONICA*

Trajanje: 1,5h

Broj učesnika: max 12

Cilj: Primena stečenih znanja i veština u praksi, sticanje samopouzdanja u prezentovanju rešenja kroz argumentaciju, rešavanje prigovora i završnom sklapanju posla.

*Napomena: Radionice su namenjene provežbavanju stečenih znanja na primerima učesnika i deo su naprednijih paketa puteva učenja.

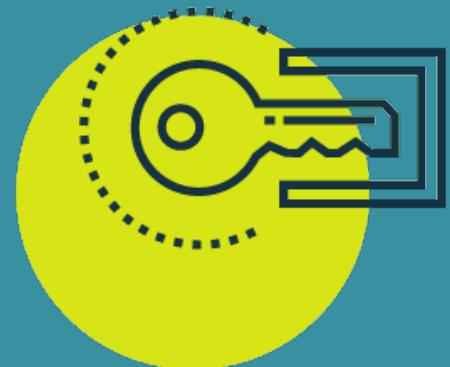
*Opciono



KORAK 11: SERTIFIKACIJA

Završni testovi i provera stečenog znanja

Osvojen sertifikat učesnici mogu da upload-uju na svoje LinkedIn profile.



KORAK 12: KOUČING*

Individualni koučing je namenjen učvršćivanju znanja i primeni u praksi odnosno na poslovnim prilikama sa kojima će se učesnik susresti u bližoj budućnosti.

Razrađuju se, dakle, konkretni primeri, specifični za industriju i način prodaje kompanije iz koje učesnik dolazi.



