



Mercuri International

RAD SA KLJUČNIM KUPCIMA (KAM)



PREGLED PROGRAMA

Mercuri International RAD SA KLJUČNIM KUPCIMA (KAM)

Ovaj program ima za cilj da vodi prodavce prilikom rada sa važnim kupcima, poznatim i kao "Key Accounts!". Ovaj put učenja im omogućava da sprovedu strategiju usmerenu na kupce ne samo u cilju obezbeđivanja postojećeg nivoa poslovanje, već i da unaprede obim poslovanja sa svojim ključnim kupcima.

UČESNICI

Svi zaposleni, koji bi mogli da imaju koristi od strukturiranog načina rada sa ključnim kupcem.

TRAJANJE

Digitalni sadržaj: **4 sata i 30 min**

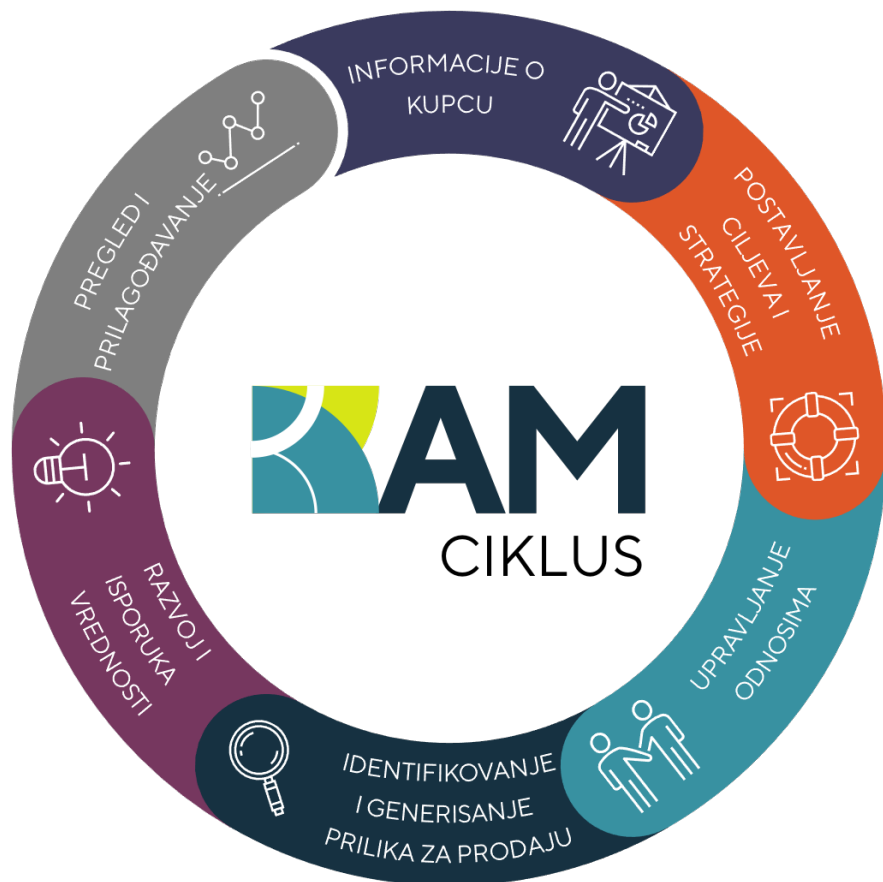
NAČIN IZVOĐENJA

100% digitalno ili u kombinaciji sa treninzima u učionici.

Interaktivni sadržaj, video zapisi, vežbe, upitnici, dokumenti koji se mogu preuzeti i otvoreni forumi za povezivanje sa kolegama. Sav materijal je dostupan na laptopovima, tabletima i pametnim telefonima.



PREGLED PROGRAMA



STEKNI UVIDE O KUPCU

Saznajte kako da prikupite informacije o kupcu, da biste stekli uvid i analizirali informacije o tržištu kupca, njegovoj konkurentskoj situaciji, ciljevima i potrebama.

POSTAVI CILJEVE & STRATEGIJU

Otkrijte najefikasniji način da realizujete svoj plan za rad sa kupcem (Account plan) i napravite i održivu strategiju za ključne kupce.

UPRAVLJANJE ODNOSIMA

Obezbedite dosledno i smisleno angažovanje sa onim ljudima koji imaju moć da donose odluke u kompaniji, koja je vaš kupac.

IDENTIFIKUJ I GENERIŠI PRILIKE

Prepoznajte i procenite nove mogućnosti kod ključnog kupca i razvijte najbolju strategiju za pozicioniranje vašeg rešenja.

OSMISLI I ISPORUČI VREDNOST

Izgradite predlog, koji kupcu daje vrednost, odgovara na njegove potrebe i iskomunicirajte ga na pravi način.

PREGLEDAJTE I PRILAGODITE

I poslednji korak je veoma važan – informacije, koje ste dobili u komunikaciji sa klijentom, iskoristite u cilju unapređenja plana rada sa klijentom (Account Plan).

PREGLED SADRŽAJA

1

UVOD

- Zašto nam je potreban KAM?
- Kako uspeti u radu sa ključnim kupcima (KAM)?

2

STEKNI UVIDE O KUPCU – ANALIZA KUPCA

- Važnost analize
- Kako se analizira kupac
- Analiza bele tačke
- Kako prikazati vrednost koju dajete?

3

STEKNI UVIDE O KUPCU – ANALIZA ODNOSA

- Usklađivanje sa kontaktima
- Kriterijumi stabilnosti

4

POSTAVI CILJEVE I STRATEGIJU

- Postavljanje ciljeva i strategije
- SMART ciljevi – vodič
- Zašto je potreban biznis plan za kupca?
- ABP obrazac

5

UPRAVLJANJE ODNOSIMA

- Pripremi snažnu izjavu o pozicioniranju
- Povezivanje sa donosiocima odluke (DMU)

6

IDENTIFIKUJ I STVORI PRILIKE

- Procena prilika
- Strategija mogućeg rešenja
- Kako odbiti priliku za prodaju

7

OSMISLI I ISPORUČI VREDNOST

- Moć vrednosti
- Razvoj predloga vrednosti
- Korišćenje pripovedanja radi angažovanja slušalaca

8

PREGLED I PRILAGOĐAVANJE

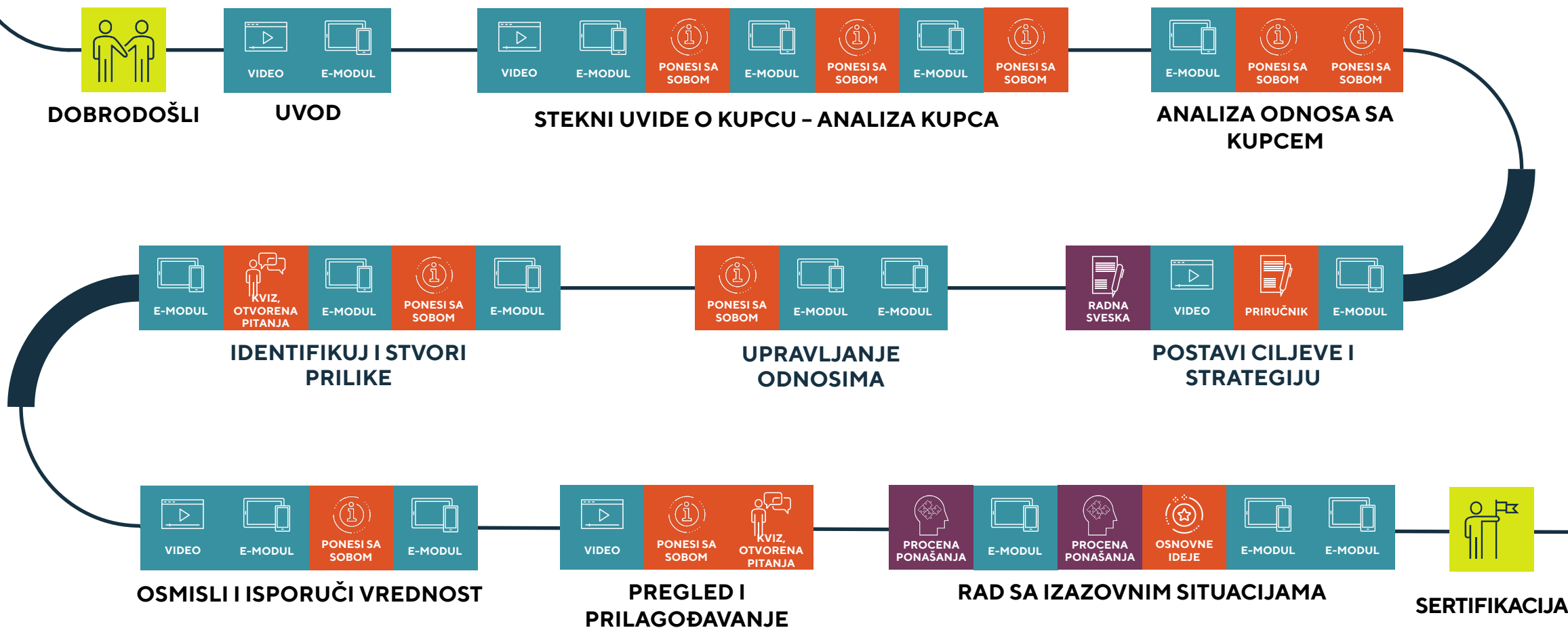
- Hajde da rezimiramo!

9

RAD SA IZAZOVNIM SITUACIJAMA

- Razumevanje tipova ličnosti (sa 4P testom)
- Upravljanje izazovnim situacijama (Test životnih pozicija)
- DESC Metod

PUT UČENJA



Moguće je organizovati i fizičke ili online trening sesije tokom puta učenja



Mercuri International

**RAZVIJAJTE SVOJE LJUDE,
RAZVIJAJTE SVOJE POSLOVANJE**

