

Eladás felsőfokon - Komplex értékesítési tréning

„Bármilyen szintre is juttatott el valakit arra a szintre, ahol most van, az nem lesz elég ahhoz, hogy ott is tartsa.”

A többi kereskedelmi tréninggel ellentétben, melyek elsősorban a prezentációs és eladói képességekre összpontosítanak, a Komplex értékesítési tréning a stratégiai elemzést helyezi előtérbe, melynek minden értékesítési tevékenységet meg kell előznie. Az eladás tárgyát képező termék vagy szolgáltatás jellegétől függetlenül minden, kereskedelmi tapasztalatokkal rendelkező értékesítési szakember részére ajánlott megismerni a számos cégnél már sikeresen alkalmazott módszertant. A legtöbb értékesítési tréning kizárólag a taktikára fókuszál, hogy mit csináljunk, ha egyszer bejutottunk a leendő ügyfelünkhöz. A komplex értékesítés során azonban szükségünk van stratégiák kidolgozására.



Még mielőtt felemelnénk a telefonkagylót, előre eltervezzük, hogy mit miért fogunk tenni. A taktika fontos, de csak akkor lehet hatékony, ha előtte kialakítjuk a stratégiánkat, ami szerint dolgozni fogunk. A taktika és stratégia kéz a kézben járnak, de sajnos az utóbbi fontosságáról gyakran megfeledkezünk. A tréning segít tudatosá tenni, hogy milyen információkat kell megszerezni, és azokat hogyan célszerű felhasználni.

A résztvevők ezen a kétnapos, gyakorlatorientált tréningen olyan értékesítési gondolkodásmódot sajátítanak el, mellyel kizárható a találgatáson alapuló, és a kívánt eredményekben csak reménykedő üzletkötés. Segítségével tudatosá, ennek eredményeképpen pedig sokkal hatékonyabbá és nyereségesebbé tehetik cégük kereskedelmi tevékenységét. A tréning résztvevői a meglévő és leendő ügyfeleikkel való gyakorlati feladatok megoldása során konkrét stratégiákat dolgoznak ki, melyekkel megvalósíthatják az éppen aktuális és jövőbeni üzleti céljaikat.

Kinek ajánlott a részvétel

- Értékesítési munkatársaknak,
- kereskedelmi igazgatóknak,
- kormányzati ügyfeleknek értékesítő üzletembereknek,
- területi vezetőknek,
- kereskedelmi és marketingszakembereknek,
- országos méretű ügyfeleket kezelő értékesítőknek,
- ügyfélmenedzsereknek.

Mit sajátítanak el a résztvevők

- Hogyan pozícionálják magukat a valódi döntéshozókkal, és hogyan kerüljék el azokat, akiknek csak látszólag van hatalom a kezében.
- Hogyan ismerjék fel azt a két vásárlási módot, ami lehetővé teszi az eladást, és a másik kettőt, ami azt jelenti, hogy sajnos most nem terem számukra babér.
- Hogyan növeljék az egy ügyfélnél elérhető üzleti részesedésüket.
- Hogyan kerüljék el a nemkívánatos üzleteket.
- Hogyan védjék meg az üzletet, nehogy egy belső ember meghiúsítsa azt.
- Hogyan különböztessék meg a személyes nyereségeket az üzleti eredményektől, és kerüljék el azt a feltételezést, hogy a kettő azonos.

- Hogyan pozícionálják magukat a minden értékesítés során meglévő négyféle vásárlói szerepet betöltő személynél.
- Hogyan ismerjék fel az eladást fenyegető veszélyeket.
- Hogyan zárjanak le egyetlen üzletet, elkerülve a „hullámvasút” mintájú éves eladásokat.
- Hogyan jelezzék előre reálisan a várható bevételeket.
- Hogyan jussanak el a végső döntéshozóhoz gyorsabban és hatékonyabban, mint a versenytársaik.
- Hogyan fordítsák a korlátozott eladási idejüket a minőségi jelöltekre, ahelyett, hogy a rossz üzletekre pazarolnák azt.
- Hogyan építsenek az erősségeikre, hogy a versenytársaik kényszerüljenek védekezésre.
- Hogyan hozzanak ismétlődő üzleteket, elégedett vevőket és komoly referenciákat.

Miért éri meg részt venni

- Tudatosá és hatékonyabbá válik az értékesítési tevékenység.
- Növekszik az értékesítő által megnyert üzletek száma, a cég bevétele és sikeressége.
- Hosszú távú, jövedelmező ügyfélkapcsolatok épülnek, nem kell minden megrendelésért külön megküzdeni.
- Javul a cég megítélése, és elégedettebbek lesznek az ügyfelei.

Tréningtípusok

• Exkluzív vállalati

Kétnapos tréning exkluzívan, egyetlen cég munkatársainak saját oktatótermükben vagy külön helyszínen. Utóbbi remek csapatépítő eszköz is a közös munka révén.

• Nyílt

Kétnapos tréning különböző szervezetek résztvevői számára, mely kiváló lehetőséget ad a más cégekkel való kapcsolatépítésre is.

• Műhelymunka

Félnapos gyakorlati foglalkozás, szintén a tréninget korábban elvégzett résztvevők számára a már elsajátított ismeretek begyakorlása és elmélyítése céljából.

• Üzleti konzultáció

Az ismeretek birtokában a cég üzleti tevékenységének hatékonyabbá tételére. Kereskedelmi vezetők számára javasolt.

Tréning áttekintés

A résztvevők a két nap alatt elsajátítanak egy folyamatosan követhető stratégiát, amellyel üzleti lehetőségeket elemezhetnek, világos értékesítési célokat fogalmazhatnak meg és nyomon követhetik azok alakulását.

• Változás

Megismerik, hogy az ügyfelek hogyan reagálnak az őket érő változásokra.

• Egyedi eladási cél

A jelenlegi pozíciójuk megállapítása az egyedi eladási céljukra összpontosítva.

• Eufória-pánik

Meghatározzák, hogy jelenlegi megítélésük szerint lezárható-e az egyedi eladási céljuk.

• A vevői szerepek meghatározása

A négy vásárlást befolyásoló személy. Egy gyakori zsákutca elkerülése úgy, hogy a vevők szerepére és nem a titulusra fókuszálunk. Miért jelentenek „vörös zászlót” a beazonosíthatatlan vevők, ami miatt a versenytársunk markába kerülhet az üzlet.

• A befolyás mértéke

Megállapítják az egyes vevők eladásra való ráhatásának mértékét, és megismerik az ezzel összefüggő tényezőket a belső politikától az átszervezésig. Megtanulják, hogy miért olyan fontos azokra is időt szánni, akiknek csak némi ráhatása van az üzletre. Megértik, hogy miért nem mindig az ún. gazdasági vevő mondja ki az utolsó szót.

• Helyzetértékelési módok

Megtanulják, hogy minden változásra adott válasz segít jobban meghatározni, mennyire fogadják el az üzleti javaslatukat. Elsajátítják, hogy milyen értékesítési stratégiát tudnak követni az egyes helyzetértékelési módok esetén.

• A „nyer – nyer” mátrix

A hosszú távú üzlet titka: tegyük lehetővé, hogy mind az ügyfél, mind saját magunk nyerjünk. Az eladás négy

lehetséges kimenetele, és abból három miért nem végződik eredménnyel.

• Bejutni a gazdasági vevőhöz

Ennek három gyakori akadályja: a „mozgó-tényező”, a belső akadályozó személy és a kényelmetlenségérzet. Az akadályok leküzdése. Hitelességünk megteremtése azáltal, hogy biztosítjuk azt a dolgot, amit minden gazdasági vevő el akar érni.

• Versenytársak

Megtanulják a verseny különböző típusait. Elsajátítják, hogy a versenytársakra való túlzott figyelés legalább olyan veszélyes, mint ha figyelmen kívül hagynánk őket. Megismerik a versenytársak elleni sikeres stratégiákat.

• Az ideális ügyfél

Egy megbízható eszköz a „nyer – nyer” típusú üzletekre való koncentrációhoz: az ideális ügyféljellemzők meghatározása az egyezőség megállapítására. Ezek felhasználása a megcélzott jelöltek kiválogatására és rangsorolására.

• Az értékesítési tölcser

Maximalizálják a legértékesebb erőforrásukat, az értékesítési idejüket. Az értékesítési tölcser használata az ügyfélkövetésre és az értékesítési terület menedzselésére. A rapszodikus jellegű bevételek elkerülése.

A hatékony egyensúly megtalálása a négyféle értékesítési munka között.

• Stratégiai elemzés

Egy strukturált értékesítési elemzés, ami részletes képet nyújt az egyedi eladási célunkról. A módszeresen begyűjtött információkra épülő tevékenységek meghatározása és az ezekre alapozott stratégia összeállítása.

• A tréning összefoglalása

A kidolgozott stratégia átültetése a gyakorlatba. Jövőbeni támogatás.



Ha sikerült felkeltenünk érdeklődését,
kérjük, lépjen kapcsolatba velünk!

CSInt Tanácsadó Kft.
ISDN Tel/Fax: (1) 207 6277

E-mail: info@csint.hu

www.csint.hu