

RIADENIE PREDAJA A ZÁKAZNÍKOV

(1 deň)

Kurz je určený pre: Key Account Managerov a obchodníkov starajúcich sa o kľúčových zákazníkov

Láka Vás práca manažéra obchodu, či manažéra pre kľúčových zákazníkov? Alebo už nesiete zodpovednosť za výsledky ich predaja a nie ste s týmito výsledkami sami spokojní, dokonca nespĺňate očakávania? Viete, že potenciál zákazníka je väčší, ale nevíete ho dostatočne využiť? Alebo ste neskoro identifikovali naozaj kľúčového zákazníka v regióne, či predajnom kanály a „ovládla“ ho už konkurencia? Ako to zvrátiť? A čo robiť, aby sa to neopakovalo? Aké sú vlastne ciele a význam starostlivosti o kľúčových zákazníkov? Ako rozvíjať a riadiť budúcnosť obchodu s nimi a čo k tomu potrebujeme?

Chcete teda vedieť ako správne identifikovať kľúčových zákazníkov a ako s nimi pracovať, aby ste u nich dosiahli postavenie kľúčového dodávateľa a ich prostredníctvom maximálne využili potenciál Vášho regiónu, či predajného kanálu?

Absolventi pochopia celý proces identifikácie a získavania tých najdôležitejších zákazníkov, princípy myslenia a práce s nimi v jednotlivých etapách rozvoja a budú schopní na základe vecnej i osobnostnej analýzy tento rozvoj plánovať a riadiť!

Metódy použité na tréningu:

Kombinácia prednášok, cvičení, modelových situácií, skupinové riešenia a ich analýza spojená so spätnou väzbou, odovzdávanie vzájomných skúseností z praxe, diskusia, užitočné tipy a rady lektorov, **zostavenie analýzy a strategického plánu rozvoja vlastného kľúčového zákazníka**, individuálny tréningový plán

Riadenie predaja a starostlivosť o kľúčových zákazníkov

Ako získať konkurenčné výhody a postavenie kľúčového dodávateľa?

- Čo vieme o procese získavania zákazníkov?
- Čo vieme o obchodnom cykle?
- Čo je vlastne cieľom a aký je význam zákazníckeho manažmentu?
- Čo to teda je Key account manažment (KAM)?
- Aký je rozdiel medzi riadeným a neriadeným predajom?
- Aké sú prekážky uplatňovania KAM?
- Čo musí ovládať manažér pre kľúčových zákazníkov, aby bol úspešný?
- Čo je to model rozvoja vzťahu?
- Aké má tento model fázy a čím sa odlišujú?

- Ako plánovať rozvoj vzťahov?
- Čo je v práci manažéra KAM najdôležitejšie?
- Aké by mali byť motivácia, postoje a správanie KAM?
- Čo všetko musíme zahrnúť do osnovy plánu rozvoja konkrétneho zákazníka?
- Ako pripraviť presnú analýzu zákazníka a čo všetko má obsahovať?
- Ako pripraviť strategický plán rozvoja pre zákazníka a čo všetko má obsahovať?
- Prečo je potrebné zhodnotiť vlastný strategický plán a ako to urobiť?
- Aké sú najčastejšie chyby Key account manažérov?
- Analýza, zostavenie a zhodnotenie strategického plánu vlastného konkrétneho zákazníka