

Taking Sales to a Higher Level



Program Mercuri Social Selling bo poglobil vaše razumevanje, kako izboljšati uspeh vašega podjetja pri prodaji s pomočjo družbenih omrežij

 Social Selling



Program Mercuri Social Selling
vam bo pomagal okrepiti vaše
veščine prodaje s pomočjo
družbenih omrežij in jo
dvigniti na višji nivo

Spoznajte ključ do uspeha v Social Sellingu

Social Selling ni zgolj muha enodnevnica. Raziskave so namreč pokazale, da prodajniki, ki uporabljajo družbena omrežja, izvedejo 51% več poslovnih srečanj in imajo večje možnosti za uspeh. Razvojni program Mercuri Social Selling lahko vašemu podjetju pomaga integrirati uporabo družbenih omrežij v vaše prodajne procese in izkoristiti priložnosti, ki jih le ti ponujajo.

Po podatkih se kar 90% potencialnih strank ne odziva na nenapovedane klice ("cold calling"). 75% nabavnikov pravi, da si pri odločanju pomagajo z družbenimi omrežji. To ima velikanske posledice za prodajne strategije podjetij. A niso vsa podjetja uspešna pri prilagajanju tem trendom. Po nekaterih ugotovitvah kar 68% prodajnikov verjame, da se prodajni procesi spreminjajo hitreje, kot se podjetja na te spremembe prilagajajo. Razvojni program Mercuri Social

Selling obravnava vprašanja, kdaj in pri katerih prodajnih aktivnostih, od akvizicije novih strank do upravljanja kupcev, je smiselno uporabiti družbena omrežja in kako. Poleg tega pokaže tudi, kakšen je ustrezen pogled na različne družbene platforme, ki so v rabi - LinkedIn, Twitter in druge, kot so Xing, Conrad Pro ... Program je namenjen poglobitvi razumevanja, kaj je sploh potrebno za zagotavljanje uspeha pri prodaji s pomočjo družbenih omrežij na ravni podjetja in kaj to pomeni

NAKUPNI POSTOPEK

56%

1

2

3

4

5

- 1 Predstavitev:** Vzpostavitev kontakta in usmerjanje
- 2 Diagnoza:** Ocena prodajne situacije
- 3 Odkritja in ugotovitve:** Razumevanje stranke in vpliv na transformacijo njenih potreb v priložnosti

- 4 Navduševanje:** Navdušiti in prepričati stranko, da je vaša ponudba zanjo najboljša
- 5 Zaključevanje:** Doseči, da stranka sledi vašim predlogom in usmeritvam

Ker vse več strank informacije o tem, kar želijo kupiti, išče na spletu, so družbena omrežja postala nova in živahna tržnica. Družbeni mediji predstavljajo mesto, kjer si nabavniki ustvarijo prvo mnenje o prodajnikih, njihovih podjetjih in njihovih izdelkih ali storitvah. Po raziskavi podjetij Google in CEB, stranke prvih 56% svoje nakupne poti opravijo na spletu, še pred prvim resnejšim srečanjem s prodajnikom. Kaj nam to pove?

za posameznega prodajnika, gledano s stališča razvoja njegovih veščin.

Program v začetku ponuja pregled različnih družbenih omrežij, ki so v uporabi in raziskavo odnosov do prodaje s pomočjo družbenih omrežij. Interaktiven, delavniško naravnani pristop udeležencem pomaga kritično pretehtati aktualne prodajne procese, s praktičnim delom na dejanskih situacijah udeležencev in primerih iz realnega življenja pa razvija in krepi veščine, potrebne za povečanje prodajne uspešnosti z uporabo družbenih omrežij.

V sklopu podelavniških aktivnosti program predlaga načrt aktivnosti, ki jih mora izpeljati prodajni manager s svojo prodajno ekipo, da bi izboljšal prodajo s pomočjo družbenih omrežij. Za management je vključena tudi možnost coachinga / virtualnega coachinga ter sledenje napredka uporabe Mercuri Social Selling ("Health Check").

Je vaše podjetje pripravljeno na Social Selling?

Prodaja s pomočjo družbenih omrežij (Social Selling) bo najverjetneje spodletela, če bo prepuščena kreativnosti in predanosti vsakega posameznika. Podobno kot pri drugih prodajnih strategijah, tudi pri Social Sellingu obstaja niz temeljnih pogojev, ki jih moramo izpolniti, da bomo dosegli uspeh. Kot že opisano, prodajne aktivnosti s pomočjo družbenih omrežij ne bi smele biti redkost, ampak bi morale predstavljati ustaljen del načrtovanja aktivnosti prodajnikov. Številke, kot so število kontaktov, všečkov ob posameznih objavah, komentarjih, "twittih" itd., je potrebno vključiti v sistem merjenja uspešnosti podjetja.

Spodaj navedene kontrolne točke vam bodo pomagale določiti, v kolikšni meri je vaše podjetje pripravljeno na uspešno prodajo s pomočjo družbenih medijev:

- Podjetje ima strategijo za Social Selling
- Prodajna ekipa ima know-how za uspešno izvajanje Social Sellinga
- Podjetje ima definirane ključne kazalnike uspešnosti (KPI) za merjenje aktivnosti Social Sellinga
- Drugi oddelki (posebej marketing) poznajo strategijo in know-how za Social Selling, da lahko zagotovijo optimalno podporo
- Prodajni managerji zaposlene trenirajo in usposablajo za Social Selling
- Social Selling predstavlja del rednih ocen prodajne uspešnosti
- Social Selling je predmet razprave na prodajnih sestankih v podjetju

Social Selling



Pregled programa Mercuri Social Selling

► Aktivnosti pred pričetkom delavnice

- # Pregled in ocena družbenih omrežij, kot poti, ki jih uporablja vaše podjetje.
- # Raziskava odnosa do Social Sellinga.
- # "Health Check" družbenih omrežij.

► Pristop na delavnici

- # Interaktiven, delavniško naravnani pristop; pregleda in obravnava aktualne prodajne procese in razvija veščine, ki so potrebne za uspešno izvajanje Social Sellinga.
- # Praktičen pristop, podprt z dejanskimi situacijami in primeri iz realnega življenja.

► Aktivnosti po delavnici

- # Načrt aktivnosti, ki jih mora izpeljati prodajni manager s svojo prodajno ekipo, da bi izboljšal prodajo s pomočjo družbenih omrežij.
- # Možnost coachinga / virtualnega coaching.
- # Ponovna raziskava odnosa do Social Sellinga.
- # Sledenje napredka uporabe Mercuri Social Sellinga ("Health Check").

► Vsebina

- # Kje je prodaja s pomočjo družbenih omrežij smiselna?
- # Kaj je prodaja s pomočjo družbenih omrežij - elementi, akterji.
- # Kaj morate obvladati - na ravni podjetja in na individualni ravni.

► Rezultati

- # Ustvarjanje osebne znamke.
- # Upravljanje vsebin.
- # Razumevanje vaših kupcev.
- # Boljše razumevanje kako vam bo ustvarjanje osebne znamke, prisotnost s tehtnimi mnenji in utrjevanje odnosov doprineslo k uspešni prodaji s pomočjo družbenih omrežij.
- # Načrt aktivnosti za razvoj prodaje s pomočjo družbenih omrežij.

Social Selling

Za podrobnejše informacije obiščite www.mercurisocialselling.si ali nam pišite na: info@mercuri-int.si



Mercuri International je eno največjih svetovalnih podjetij na področju prodajne uspešnosti na svetu. Z več kot 50-letnimi izkušnjami podjetjem po celem svetu pomagamo uresničevati njihove prodajne strategije in izboljšati njihove prodajne rezultate.

www.mercuri-int.si • www.mercurisocialselling.si