



VODENJE KLJUČNIH KUPCEV

Mercuri Key Account Management



PREGLED PROGRAMA

VODENJE KLJUČNIH KUPCEV Mercuri Key Account Management

Namen tega programa je prodajalce usmerjati pri vodenju pomembnih strank, znanih tudi kot ključni kupci. Ta učna pot jim omogoča izvajanje strategije, osredotočene na stranke, ne samo za zaščito obstoječega posla, temveč tudi za razvoj novih, vznemirljivih poslov s stranko.

KOMU JE PROGRAM NAMENJEN

Skrbnikom strank, ki bi jim lahko koristil strukturiran vodnik v pomoč pri vodenju pomembne stranke.

TRAJANJE

4 ure 30 minut digitalnega učenja
3 dni delavniškega treninga „v živo“ ali **12 ur** (skozi 6 sej) virtualnega treninga

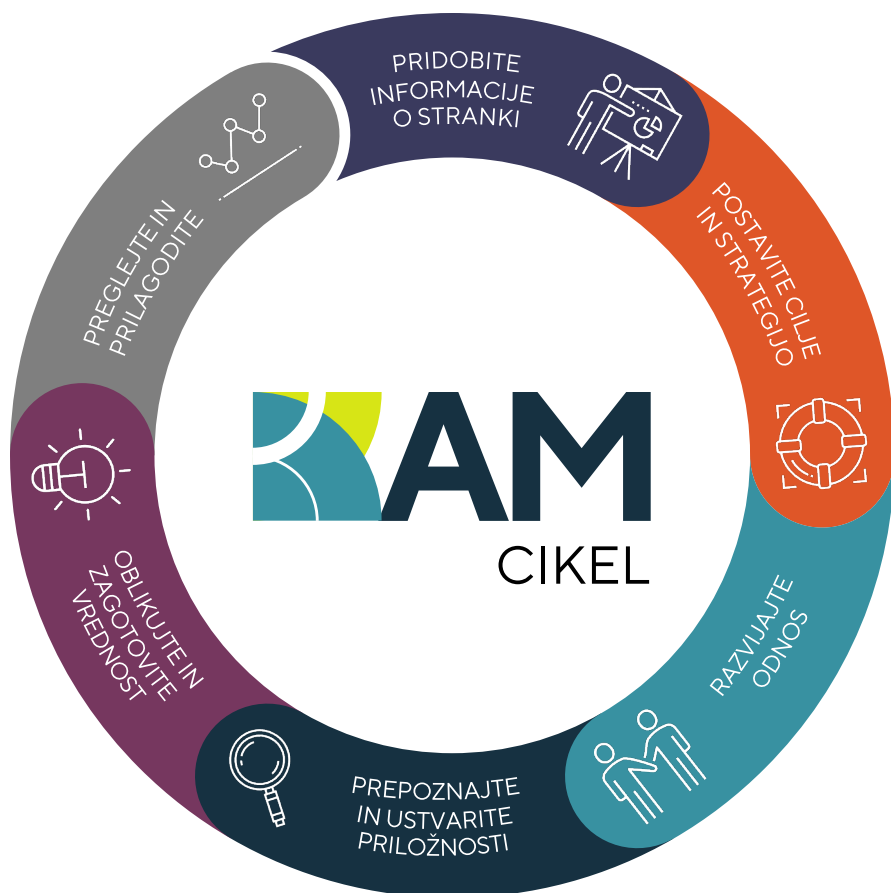
OBLIKA IZVEDBE

Hibridni program: digitalno učenje v kombinaciji z delavniškim delom v živo ali v virtualni učilnici.

Treningi „v živo“ ali virtualno, videi, vaje, vprašalniki, dokumenti, ki jih lahko prenesete, igrificiran scenarij in odprti forumi za povezovanje in izmenjavo informacij. Vse učne vsebine so prilagojene za uporabo na prenosnikih, tabličnih računalnikih in pametnih telefonih.



PREGLED PROGRAMA



PRIDOBITE INFORMACIJE O STRANKI

Naučite se zbirati informacije o stranki in spoznajte ter analizirate podrobnosti o strankini tržni situaciji, konkurenčnem položaju, ciljih in potrebah.

POSTAVITE CILJE IN STRATEGIJO

Opreделите najučinkovitejši način izpolnjevanja načrta dela s stranko in ustvarite razumno, trajnostno strategijo za ključne kupce.

RAZVIJAJTE ODNOS

Zagotovite dosledno in smiselno sodelovanje s tistimi, ki imajo na strani stranke moč odločanja.

PREPOZNAJTE IN USTRAVITE PRILOŽNOSTI

Prepoznajte in ocenite nove priložnosti pri ključnem kupcu in razvijte najboljšo strategijo za umestitev vaše rešitve.

OBLIKUJTE IN ZAGOTOVITE VREDNOST

Oblikujte učinkovit predlog vrednosti, ki je v soglasju s potrebami stranke, in ga posredujte kot privlačno sporočilo.

PREGLEJTE IN PRILAGODITE

Zavedajte se pomena zadnjega koraka - posodobite načrt dela s stranko z uporabnimi informacijami in najboljšimi praksami, zbranimi v ciklu.

PREGLED PROGRAMA

1

UVOD

- Zakaj potrebujemo KAM?
- Uspeti pri vodenju ključnih kupcev

2

PRIDOBITE INFORMACIJE O STRANKI – ANALIZA KUPCA

- Pomen analize
- Izvedba analize stranke
- White Spot Analysis
- Kako narediti vašo vrednost oprijemljivo

3

PRIDOBITE INFORMACIJE O STRANKI – ANALIZA ODNOSA

- Usklajevanje kontaktov
- Merila stabilnosti

4

POSTAVITE CILJE IN STRATEGIJO

- Postavite cilje in strategijo
- SMART cilji - Vodnik
- Zakaj načrt dela s stranko?
- Predloga ABP

5

RAZVIJAJTE ODNOS

- Pripravite učinkovit nagovor za pozicioniranje
- Povezovanje z DMU

6

PREPOZNAJTE IN USTVARITE PRILOŽNOSTI

- Ocena priložnosti
- Strategija rešitve
- Kako zavrniti priložnost

7

OBLIKUJTE IN ZAGOTOVITE VREDNOST

- Moč vrednosti
- Oblikovanje predloga vrednosti
- Uporaba tehnike pripovedovanja zgodb (Storytelling) za vključevanje občinstva

8

PREGLEJTE IN PRILAGODITE

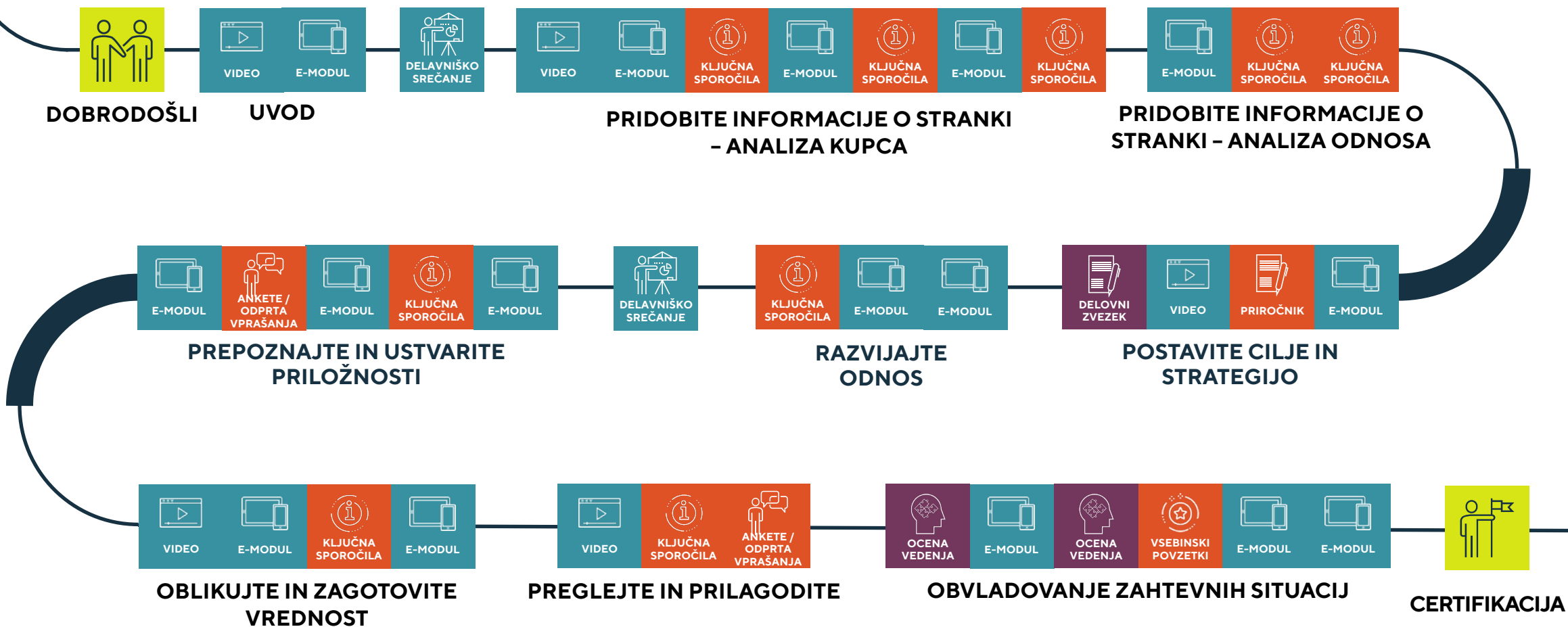
- Pa zaključimo!


9

OBVLADAJTE ZAHTEVNE SITUACIJE

- Razumevanje tipov osebnosti (s testom 4P)
- Obvladovanje zahtevne komunikacije (s testom Življenjske pozicije)
- Metoda DESC

UČNA POT



 Na voljo tudi ob izvedbi delavniških sej vzdolž učne poti, "v živo" ali v virtualni učilnici.



Mercuri International

RAZVIJAJTE SVOJE LJUDI,
RAZVIJAJTE SVOJ POSEL

