



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 UČNA POT NAMENJENA

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

TRAJANJE

Digitalne vsebine: **4 ure 30 minut**

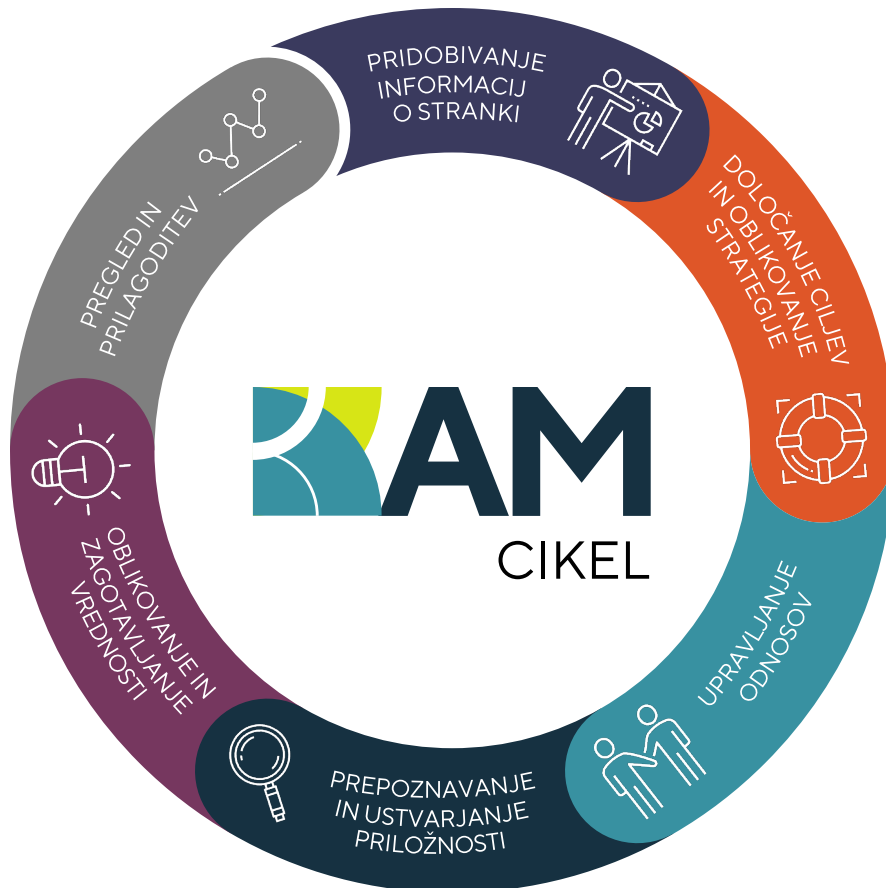
OBLIKA IZVEDBE

100% digitalno ali v kombinaciji z delavniškim delom v živo ali v virtualni učilnici.

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



PRIDOBIVANJE INFORMACIJ O STRANKI

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

DOLOČANJE CILJEV IN OBLIKOVANJE STRATEGIJE

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

UPRAVLJANJE ODNOSOV

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

PREPOZNAVANJE IN USTVARJANJE PRILOŽNOSTI

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

OBLIKOVANJE IN ZAGOTAVLJANJE VREDNOSTI

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

PREGLED IN PRILAGODITEV

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?
- Biti uspešen pri Vodenju ključnih kupcev

2

PRIDOBIVANJE INFORMACIJ O STRANKI - ANALIZA STRANKE

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

3

PRIDOBIVANJE INFORMACIJ O STRANKI - ANALIZA ODNOSA

- Usklajevanje kontaktov
- Kriteriji stabilnosti

4

DOLOČANJE CILJEV IN OBLIKOVANJE STRATEGIJE

- Kako določiti cilje in oblikovati strategijo
- SMART cilji – Priročnik
- Zakaj Poslovni načrt za stranko?
- Predloga Poslovnega Načrta za Stranko (PNS)

5

UPRAVLJANJE ODNOSOV

- Priprava učinkovite izjave za pozicioniranje
- Povezovanje z ekipo odločevalcev

6

PREPOZNAVANJE IN USTVARJANJE PRILOŽNOSTI

- Ocena priložnosti
- Strategija rešitve
- Kako zavrniti priložnost

7

OBLIKOVANJE IN ZAGOTAVLJANJE VREDNOSTI

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

8

PREGLED IN PRILAGODITEV

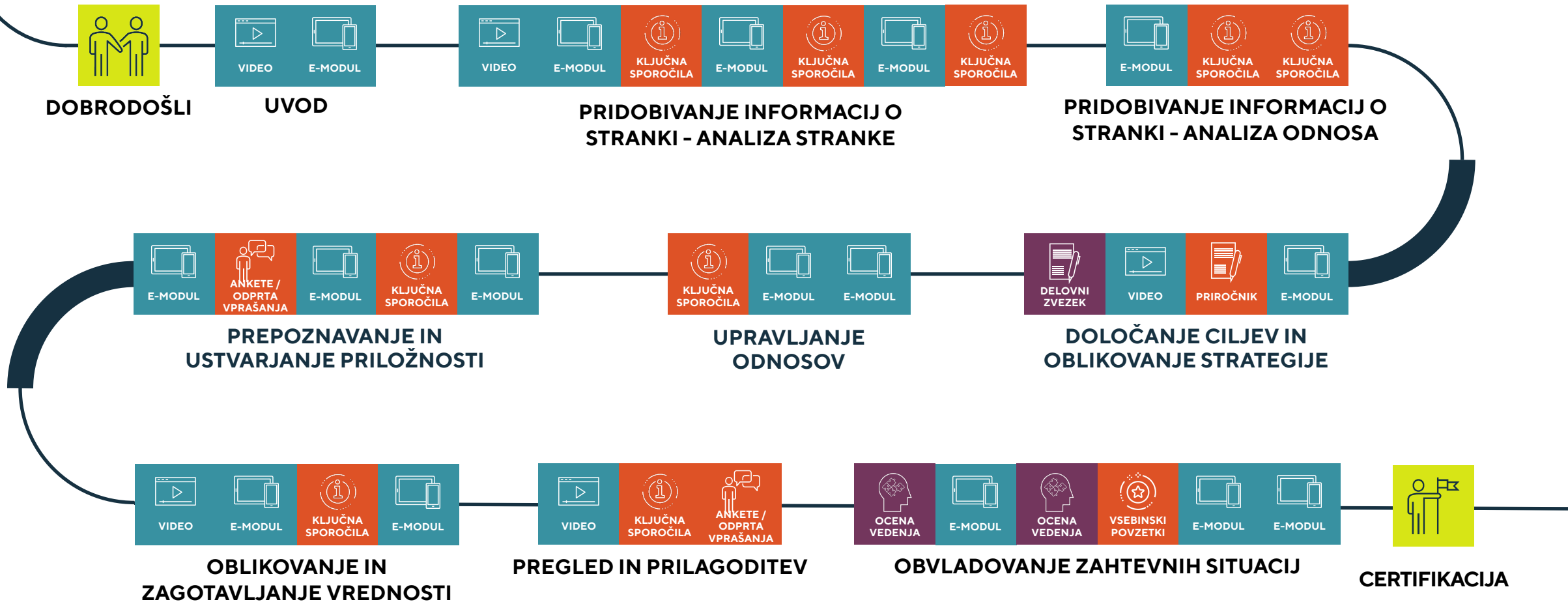
- Zaključimo!

9

OBVLADOVANJE ZAHTEVNIH SITUACIJ

- Razumevanje tipov osebnosti (s 4P testom)
- Obvladovanje zahtevne komunikacije (s testom Življenjskih pozicij)
- 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

