

Σύνθετες Πωλήσεις B2B

Στο τέλος του προγράμματος θα:

- έχετε αντιληφθεί την ψυχολογία της ομάδας που παίρνει την απόφαση αγοράς
- είστε σε θέση να σχεδιάσετε και να εκτελέσετε μια στρατηγική κατάκτησης και διατήρησης μεγάλων πελατών
- μπορείτε να εντοπίζετε, να αναπτύσσετε και να επηρεάζετε τα κριτήρια με τα οποία ο αγοραστής αναλύει τις ανταγωνιστικές προσφορές
- μπορείτε να εντοπίζετε και χειρίζεστε τις επιφυλάξεις του πελάτη
- αντιλαμβάνεστε τους κινδύνους και τις ευκαιρίες που παρουσιάζει η φάση εφαρμογής

Σε ποιους απευθύνεται

Απευθύνεται σε Διευθυντές Πωλήσεων, Υπεύθυνους Λογαριασμών και άλλα στελέχη τα οποία εμπλέκονται σε πωλήσεις αγαθών ή υπηρεσιών σημαντικής αξίας και / ή συνεπάγονται σημαντικές αποφάσεις από πλευράς αγοραστή, καθώς και σε μηχανικούς, ειδικούς τεχνικούς ή προσωπικό υποστήριξης πωλήσεων το οποίο εμπλέκεται στη διαδικασία πώλησης.

Περιεχόμενο του Προγράμματος

- Ο Κύκλος Πώλησης/Αγοράς και οι ψυχολογικές φάσεις της σύνθετης, αγοραστικής συμπεριφοράς στην πώληση B2B.
- Στρατηγική κατάκτησης του πελάτη – πώς να εισχωρήσετε, πώς να ενημερωθείτε για τις ανάγκες και πώς να κάνετε την πρότασή σας στον σωστό χρόνο και στο σωστό πρόσωπο.
- Κριτήρια αγοράς, ανάλυση SWOT και πώς οι αγοραστές διαμορφώνουν τις κατευθυντήριες γραμμές για την αξιολόγηση ανταγωνιστικών προσφορών.
- Πώς να επηρεάσετε τις κατευθυντήριες γραμμές προς όφελός σας – αντιμετώπιση αντιρρήσεων.
- Γιατί η πώληση καθυστερεί όταν πλησιάζει να παρθεί η απόφαση – ενδιασμοί του αγοραστή για ανάληψη κινδύνου, πώς διαφέρουν από τις αντιρρήσεις και αντιμετώπισή τους.
- Το «κενό» παρακίνησης κατά την εφαρμογή και γιατί συμβαίνει, στρατηγικές για την αποφυγή του.

- Προληπτικές στρατηγικές για να διατηρήσετε τη δεσπόζουσα θέση σας και να αντιμετωπίσετε τον ανταγωνισμό.
- Οριζόντιες και κάθετες σταυροειδείς πωλήσεις και χτίσιμο μιας μακροπρόθεσμης συνεταιρικής σχέσης.
- Στρατηγική δημιουργίας νέων προϊόντων και κατάρκτησης νέων πελατών

Μεθοδολογία

Οι συμμετέχοντες ασκούνται κατά τη διάρκεια του προγράμματος με τη δημιουργία προσομοιώσεων δικών τους σύνθετων/μεγάλων πωλήσεων κατά τις οποίες καλούνται, σε ομάδες, να αναλύσουν την ανταγωνιστική τους θέση και να επικρατήσουν του ανταγωνισμού επηρεάζοντας τα κριτήρια/κατευθυντήριες γραμμές του πελάτη.

Θα μπορέσουν επίσης να αξιολογήσουν τις ικανότητες τους σε κάθε βήμα της διαδικασίας πώλησης και να διαμορφώσουν στο τέλος ένα προσωπικό πρόγραμμα δράσης πάνω σε εκείνα τα σημεία στα οποία διαπιστώθηκε ότι υπάρχει περιθώριο βελτίωσης.



Το πρόγραμμα αυτό διδάσκεται από πιστοποιημένους και πεπειραμένους εισηγητές της STA. Για να διασφαλιστεί ότι ο κάθε συμμετέχων λαμβάνει προσωπική φροντίδα και πληροφόρηση, ο αριθμός των εκπαιδευομένων δεν μπορεί να ξεπεράσει τους δώδεκα.