



“Opportunity to order – Od prilike do realizacije”



Cilj radionice – kome je namjenjena

Radionica je namjenjena project managerima, voditeljima ključnih kupaca, menadžerima mogućnosti, tender managerima, kao i drugim članovima tima koji imaju zadatak realizirati kompleksnija rješenja / proizvode u financijski velikim ili srednjim projektima.

Kroz radionicu se dobivaju alati i vještine za bolju stratešku analizu i preciznije definiranje taktičke situacije sa ciljem poboljšavanja pretvornih faktora kod većih projekata koji se javljaju kod postojećih ili novih potencijalnih kupaca

Složeno rješenje u značajnom projektu

To je projekt u kojem klijent ima potrebu i traži rješenje koje izlazi iz okvira standardnih ponuda.

Rješenje koje traži je složeno i mora biti prilagođeno kroz u potpunosti novi oblik ili značajnu prilagodbu standardnog proizvoda, tj. njihove kombinacije. Oblikovanje takvog rješenja traži ulaganje većih financijskih iznosa i dužeg vremena.

Proces pronalaska rješenja traje od nekoliko tjedana do nekoliko godina, sa dužim vremenskim odmakom između upita i prezentacije rješenja. U proces je uključen velik broj kontakata na različitim razinama, pri čemu projekt vodi nekoliko osoba s obje strane.

Koristi – nakon radionice bit ćete u mogućnosti:

- povećati vjerojatnost dobivanja kompleksnijih projekata
- objektivno procjenjivati šanse i isplativost dobivanja projekata
- ostvariti mjerljiv rezultat i brz povrat investicije
- sustavno planirati prodajne mogućnosti
- kvalitetnije upravljati projektnim mogućnostima
- poboljšati prodajni rezultat kroz povećanu prodaju i veću profitabilnost

Trajanje radionice: 2 dana

Sadržaj radionice

Radionica je bazirana na stvarnom slučaju, a ima za cilj izradu dokumenta pod nazivom Opportunity plan, tj Plana ostvarivanja mogućnosti. Sadržajem su pokriveni slijedeći koraci u procesu rada;

1. **Kako vrednovati mogućnost**
Prikupljanje osnovnih informacija
Vrednovanje informacija
Procjena realnosti dobijanja projekta
Odluka za ili protiv nastavka
2. **Kako odrediti najbolje rješenje**
Utvrđivanje kriterija kupnje i prodajne situacije
Odabir adekvatne strategije – razlikovanje od konkurencije, zadovoljstvo kupca, VIP tretman
Uspješnost rješenja
3. **Kako procijeniti ključne osobe**
Pojašnjenje pozicija, uloga, snaga i stavova
Izrada matrice osoba u procesu odlučivanja
Tko odlučuje, o čemu, i kada
4. **Kako prezentirati rješenje**
Struktura prezentacije
Vrednovanje prodajnog dijela – sa aspekta kupca. Usmjeravanje odluke i dobijanje projekta

