

# Planiranje i segmentacija tržišta

(trajanje radionice – 2 dana)

## POLAZNICI:

prodajni predstavnici, Account Manageri, voditelji ključnih kupaca, Product Manageri – odnosno svi oni koji direktno ili indirektno sudjeluju u planiranju i ostvarenju prodajnog rezultata.

## CILJEVI RADIONICE:

polaznicima radionice dati strukturu i alate za planiranje prodajnog rada, analizu tržišnog potencijala, analizu kupaca i upravljanje mogućnostima za ostvarenje budućeg prodajnog rezultata.

## SADRŽAJ RADIONICE:

### Sastavnice uspjeha u prodaji

- osnovni aspekti koji utječu na prodajni rezultat
- planiranje ciljeva i aktivnosti
- planiranje pomoću ciljeva (MBO)
- individualni plan prodavača

### Segmentacija tržišta

- koncept prodajne platforme
- određivanje potencijala tržišta
- kriteriji selekcije potencijalnih kupaca
- radna platforma – rad s "lead"-ovima i "pipeline"
- kupovna platforma – aktivno planiranje rezultata
- od potencijalnog kupca do partnera
- upravljanje prodajnim prilikama – *Pipeline management*

## KORISTI OD RADIONICE:

- identificirati ključne elemente za ostvarenje prodajnih ciljeva
- dobiti pravu sliku potencijalnog tržišta za ciljne proizvode/ usluge
- izabrati prave kriterije za određivanje prioriteta u pristupu potencijalnim kupcima
- smanjiti vrijeme potrebno za dobivanje novih poslova i kupaca
- lakše procjenjivati potencijal kupaca za buduće ostvarenje rezultata
- održavati stabilnost platforme – odgovarajući omjer aktivnosti zadržavanja postojećih kupaca i „osvajanja“ novih