



Mercuri International
OD PRILIKE DO REALIZACIJE

MERCURI
international



ZAŠTO OD PRILIKE DO REALIZACIJE?

Članovi prodajnog tima imaju uvijek u razmatranju nekoliko **prodajnih prilika**. Međutim, **nisu** sve prilike jedno vrijedne te je neophodno naučiti kako ih pravilno **razlikovati**.

Prateći ovaj hibridni put učenja otkrit ćete kako analizirati i upravljati prodajnim prilikama i pretvoriti ih u uspješan prodajni rezultat!





POLAZNICI

Svim prodajnim profesionalcima koji žele povećati vjerojatnost pretvaranja prodajnih prilika u prodajni rezultat.



TRAJANJE

1 sa i 30 min digital učenja
2 dana klasične radionice ili
8 sati (4 virt. radionice) virtuale radionice



DALJE INFORMACIJE

Ovaj hibrid put učenja sadrži video snimke, interaktivne sadržaje, vježbe, upitnike, dokumente za preuzimanje, radi "uživo" putem virtualnih ili klasičnih radionica, pristup kroz rješavanje slučajeva. Sadržaj jre prilagođen za prijenosna računala, tablete i pametne telefone.



PREGLED PROGRAMA

Korak 1: Procjena prilike

Korak 2: Strategija rješenja

Korak 3: Kontaktne osobe

Korak 4: Prezentacija rješenja



DODATNI ALATI: PLAN PRODAJNE PRILIKE

Ovaj "alat" pomaže u analizi i upravljanju prodajnom prilikom, uzimajući pri tome u obzir sve potrebne elemente i svaki korak u procesu.



RAZVOJNI PROGRAM O2O PREGLED

Korak 1: PROCJENA PRILIKE

Je li prilika stvarna, atraktivna i moguća za osvojiti?

Otkrijte razloge zašto priliku treba analizirati te elemente koji se moraju uzeti u obzir. Saznajte:

- jeste li prikupili sve potrebne informacije o prodajnoj prilici
- postoji li potreba, proračun i rok za odluku
- koliko su vam atraktivni pojedini sadržaji, poput opsega poslovanja, potencijalne razlike u cijeni i budućeg poslovanja
- je li prema vašem poznavanju kupca, njegovom stavu, konkurentskoj situaciji, kontaktnoj moći i drugim raspoloživim informacijama, realno da možete osvojiti ovu prodajnu priliku



Korak 2: STRATEGIJA RJEŠENJA

Kako izraditi pobjedničko rješenje

Da biste stvorili pobjedničko rješenje, morate uzeti u obzir 2 važna elementa. Istražit ćete: **6 prodajnih situacija**

Morate uzeti u obzir u kojoj ste prodajnoj situaciji.

Klijent može biti ili vrlo zainteresiran i voljan raditi s vama ili nije pozitivan prema vama.

Taktika po situaciji

S obzirom na prodajnu situaciju možete primijeniti različite taktike, što će vam omogućiti da dokažete da je vaše rješenje najbolja ponuda za vašeg kupca.

Otkrit ćete kako prepoznati prodajnu situaciju u kojoj se nalazite i koja je taktika za nju najučinkovitija.



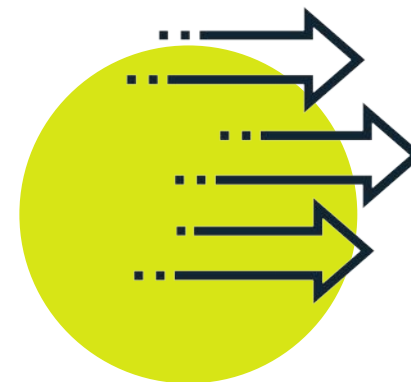
Korak 3: KONTAKTNE OSOBE

Osobe vezane za prodajnu priliku

U timu koji donosi odluke mogu biti različiti igrači, s različitim ulogama i količinom moći. Kako biste lakše definirali profile s kojima se susrećete u prodajnoj prilici, otkrit ćete:

- koncept SETUP koji pojašnjava različite uloge (Stratešku, Ekonomsku, Tehničku, Uporabnu ili Projektnu)
- koliku moć utjecaja može imati svaki igrač
- koji su mogući stavovi koji mogu imati prema vama
- na kraju ćete utvrditi postojanje 5 različitih profila osoba: Saveznici, Neodlučni, Snažni navijači, Problematici i Opasni protivnici.

Dobit ćete nekoliko savjeta kako povećati ili smanjiti njihov utjecaj, s ciljem jačanja vašeg položaja.



Korak 4: PREZENTACIJA RJEŠENJA

Izradite uspješnu prezentaciju

Da biste izgradili uspješnu prezentaciju koja će privući pažnju vaše publike, vrlo je važno slijediti određene savjete. Otkrijte kako:

- oblikovati dobro otvaranje i zaključivanje prezentacije
- istaknite vrijednost svog rješenja
- uključite sve relevantne elemente ispravne prezentacijske strukture
- primjenjujući odgovarajuće taktike prilagodite prezentaciju prema prodajnoj situaciji u kojoj se nalazite,

