

Pregled radionica i sadržaja



Grow your people
Grow your business



kompanijska prezentacija

Par uvodnih riječi

Dobro došli u Mercuri International!

Nekada je svijet prodaje bilo mnogo lakše razumjeti. No danas, u svjetlu novih i posve različitih načina na koje djeluju organizacije, tržište, klijenti, čak i sam izraz "prodaja" djeluje beznadno neprimjeren. Stoga mi u Mercuri International-u govorimo o "podizanju prodaje na višu razinu", što zapravo znači proširenje i unapređivanje funkcije prodaje i održavanja odnosa sa svima koji su uključeni u proces razvijanja odnosa s klijentima.

Posvuda u svijetu, oni koji se bave prodajom moraju biti uvježbani i osposobljeni za preuzimanje novih uloga u kontaktu s klijentima – postaju strateški poslovni partneri, menadžeri projekata, konzultanti, pregovarači i relationship menadžeri. Nerijetko, pa i u međunarodnim okvirima, ti zaposlenic moraju doseći najvišu razinu stručnosti, neprekidno usvajajući nove kompetencije (nova znanja, vještine i stavove), te znati kako ih primijeniti u svakodnevnom poslovnom životu i visoko konkurentskom okruženju.

Kao odgovor na te zahtjeve stvorili smo savjetodavnu i trening organizaciju najvišeg svjetskog ranga jedinstveno usredotočenu na područje profesionalne prodaje, menadžmenta i interakcije s klijentima.

Stoga nam je zadovoljstvo uputiti Vam dobrodošlicu u ime Mercuri International-a kao jednog od vodećih svjetskih centara u razvoju kompetencija koji danas ima svoja predstavništva u više od 50 zemalja diljem svijeta.

Naši međunarodni programi već su pomogli tisućama ljudi da ovladaju kompetencijama potrebnim za novu eru u prodaji. Svugdje smo cijenjeni zbog kvalitete naših programa, izvrsnih trenera i postignutih rezultata.

Nadalje, poznati smo po tome što našim polaznicima uspješno pomažemo da nova znanja i vještine pretvore u praktične rezultate. Ova brošura sadrži dio programa Mercuri radionica i savjetodavnih koncepata. Velik dio rada s našim partnerima su radionice kreirane i prilagođene prema njihovim potrebama i prioritetima.

Na stranicama koje slijede naći ćete veliki raspon radionica, koje pružaju izuzetne prilike za napredovanje svakome tko je uključen u kontakte s klijentima, na svim razinama iskustva i odgovornosti.

Obratite pozornost na naš jedinstveni pristup razvoju individualnih kompetencija, po čemu se u ovom području izdvajamo od svih ostalih tvrtki koje provode treninge.

Uspjeh je ono što ste sami odlučili postići!

Nadamo se da ćemo Vas i Vaše suradnike uskoro sresti na nekom od naših razvojnih programa.

Vaš Mercuri International



Priprema za uspjeh

Pregled sadržaja:

- menadžerski programi
- menadžerske vještine
- prodajne vještine
- „soft skills” programi
- „digital learning”
- Hogan Assessment
- NLP u prodaji i vođenju
- priča o uspjehu





Menadžerski programi



Poslovno pregovaranje

(trajanje radionice – 3 dana)

POLAZNICI:

managerima / direktorima, voditeljima prodaja i voditeljima timova, prodajnim predstavnicima i djelatnicima u nabavi; program je namijenjen svim zaposlenima koji u kontaktima sa svojim kupcima/ partnerima sudjeluju u procesu pregovaranja.

CILJEVI RADIONICE:

Cilj radionice je obraditi sva događanja u kojima je na putu do uspjeha potrebno koristiti posebna pregovaračka znanja i vještine; osnovna pretpostavka programa je da se uspjeh može postići samo aktivnim sudjelovanjem obiju pregovaračkih strana što omogućuje i kratkoročan i dugoročan uspjeh.

SADRŽAJ RADIONICE:

- uvod i ciljevi radionice
- što je pregovaranje
- proces pregovaranja
- pripreme za pregovore
- faze u procesu pregovaranja
- strategije u pregovaranju
- stvari na koje treba misliti u pregovaranju
- što kad pregovori postanu zahtjevni
- osobni akcijski plan

KORISTI OD RADIONICE:

- jasno razumjeti proces poslovnog pregovaranja i uvjeta za postizanje prihvatljivog sporazuma za obje strane
- samostalno izvoditi ključne pregovaračke procese; od pripreme pregovaranja u kojima se postavlja cilj i određuje strategija pregovaranja, preko taktika, pa sve do zaključka pregovaračkog procesa
- prepoznati i pripremiti "pravi odgovor" na različite pregovaračke taktike
- upoznati svoj pregovarački "profil", te poboljšati svoju pregovaračku komunikaciju
- izraditi akcijski plan za bolja buduća pregovaranja

Vođenje projekata

Mercuri International Project management System (MIPROMS)

OPIS PROGRAMA

Program "Vođenje projekata" je namijenjen svim zaposlenicima koji imaju potrebu planiranja aktivnosti koje u sebi uključuju određeni broj članova tima, koji zahtijevaju osiguravanje i upravljanje različitim izvorima, od financijskih do materijalnih. Takve aktivnosti obično imaju određeni vremenski okvir u kojem ih se treba izvesti pa je to još jedno područje bitno za upravljanje.

TRAJANJE RADIONICE

2 dana

SADRŽAJ RADIONICE

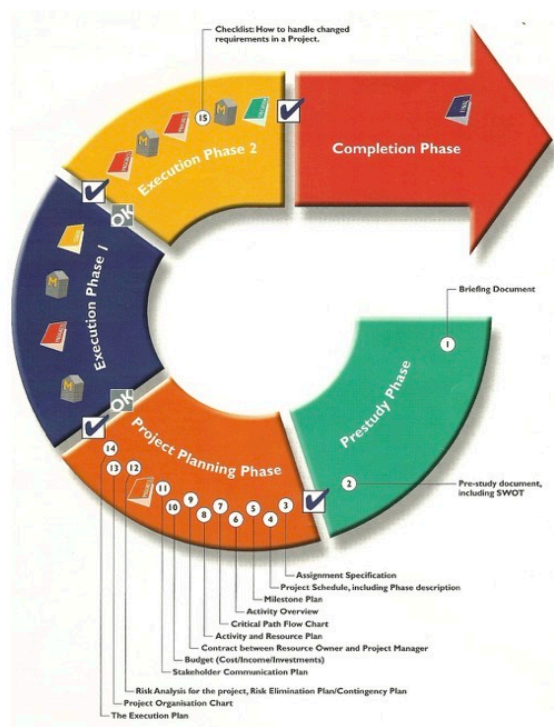
- osnove Mind Mapping-a za projektno razmišljanje
- menadžment projekta – način razmišljanja
- faze Project management-a
- inicijalno planiranje – specificiranje projekta
- detaljno planiranje projekta
- izvještavanje o projektu
- dokumentacija u projektu
- planiranje projekta
- vođenje projekta
- „Milestone” plan - orijentiri
- analiza rizika
- provedba plana
- projektni slučaj
- prezentacija projektnih planova

METODOLOGIJA

Radionica je oblikovana na način da svaki od učesnika izrađuje plan za izabrani projekt. Istovremeno s usvajanjem novih znanja i vještina vođenja projekta svaki učesnik izrađuje plan za konkretan project.

KORISTI OD RADIONICE

- Upoznavanje s osnovnim principima i procesima rada prilikom vođenja projekata
- Preuzimanje i korištenje dokumentacije potrebne za vođenje projekata
- Izrađen plan vođenja izabranog projekta



Vođenje ključnih kupaca™

Key Account Management

(trajanje radionice – 3 dana)

RADIONICA JE NAMIJENJENA

Voditeljima ključnih kupaca, te svim ostalim djelatnicima odgovornim za vođenje i realizaciju procesa i odnosa sa strateški značajnim ključnim kupcima.

CILJ RADIONICE

- razumjeti razloge i potrebu uvođenja koncepta rukovođenja ključnim kupcima
- usvojiti alate i metodologiju definiranja, organizacije, praćenja i mjerenja rada s ključnim kupcima
- tijekom radionice primijeniti alate i metode na konkretnim slučajevima iz prakse
- odrediti načine implementacije i plan aktivnosti

GLAVNE TEME RADIONICE

- trendovi i razlozi za uvođenje procesa rada s ključnim kupcima
- model rada s ključnim kupcima
- analiza i razumijevanje ključnih kupcima
- određivanje vizije, ciljeva i strategije za ključnog kupca
- rad na projektu za konkretnog ključnog kupca i realizacija plana aktivnosti (izrada plana za ključnog kupca)
- definiranje i realizacija rješenja prema specifičnostima ključnih kupaca
- organizacija i vođenje tima za ključnog kupca
- mjerenje rezultata i rad na unapređenju odnosa s ključnim kupcima
- individualni akcijski plan



KORISTI OD RADIONICE

- razumjeti svoju ulogu i odgovornost u rukovođenju ključnih kupaca
- napraviti i realizirati plan za odabranog ključnog kupca
- koristiti praktične alate za rukovođenje djelotvornog odnosa s ključnim kupcima
- realizirati specifičnu strategiju za svakog ključnog osiguranika i pratiti ostvarenje istog pomoću mjernih instrumenata
- rukovoditi timskim aktivnostima za učinkovit rad s ključnim kupcima



Menadžerske vještine



Vodstvene vještine – Prvi put voditelj-ica

(trajanje radionice 2 dana)

Radionica je namijenjena:

svim voditeljima/ managerima koji vode timove i svim onima koji žele izgraditi i poboljšati svoje vodstvene vještine

Cilj radionice:

- radionica predstavlja „postavljanje temelja” za razvoj voditeljskih vještina sagledavajući razliku između menadžmenta i vođenja, načina postavljanja prioriteta i optimalnim upravljanjem vremenom, ne gubeći pri tome pogled na članove svog tima

Glavne teme radionice:

- uloga i zadaci voditelja
- razlika Management/ Leadership
- vizija i misija poduzeća
- strategija/ taktika/ operativa
- Self – Management
- otpornost na voditeljskoj poziciji
- tim i motivacija
- razlike između članova tima različitih generacija

Koristi – nakon radionice bit ćete u mogućnosti:

- steći temeljna znanja potrebna za obavljanje voditeljske uloge prvi put u karijeri
- sagledati i odrediti koja su prioritetna područja u voditeljskom radu
- dobiti odgovarajuću „širu sliku” o strateškim i operativnim elementima u ostvarenju rezultata
- saznati kako održavati zdrav odnos obaveza i ciljeva na poslu i vlastitog slobodnog vremena, te kako se „nositi” sa svakodnevnim izazovima (Resilience)
- steći korisne uvide u motivacije članova tima i načina komunikacije s članovima tima različitih generacija (X, Y i Z generacije)

Vodstvene vještine – Leadership (MI LEAD™)

(trajanje radionice 2 dana)

Radionica je namijenjena:

visokom, višem i srednjem managementu; prodajnom, projektnom, HR managementu, odnosno svim voditeljima/ managerima koji vode timove i svim onima koji žele spoznati i poboljšati svoje vodstvene vještine

Cilj radionice:

- upoznati se s metodom i praktičnim alatima kojima se analizira i razvija vlastiti "leadership" stil kao osobna vještina
- vježbati na primjerima iz prakse koji jasno oslikavaju svakodnevne situacije u kojima se nalazi manager
- izraditi analizu vlastitog stila vođenja, te akcijski plan za razvoj onih područja rukovođenja koja bi trebalo unaprijediti

Glavne teme radionice:

- promjene u poslovnom okruženju
- elementi leadershipa
- postati bolji i učinkovitiji vođa – ključne sposobnosti
- potreba za vodstvom u različitim situacijama i zadacima
- stilovi vodstva
- uloge vođe pri korištenju različitih stilova vodstva
- praktične vježbe
- akcijski plan svakog polaznika

Koristi – nakon radionice bit ćete u mogućnosti:

- na temelju analitičkih alata razumjeti trenutnu situaciju načina vođenja zaposlenih u vašem timu
- na temelju gornjih zaključaka moći ćete izraditi plan za potrebne promjene i razvoj
- naučit ćete prepoznavati primjenjivati različite stilove vođenja, ovisno o različitim razvojnim fazama u kojima se nalaze zaposlenici koje vodite
- realizirati i unaprijediti rezultate članova tima putem sustavnog MI LEAD pristupa, primjenjujući odgovarajuće stilove vođenja
- stvarati proaktivno i produktivno radno okruženje

Vodstvene vještine – Coaching

(trajanje radionice – 2 dana)

Radionica je namijenjena:

svim menadžerima koji su voditelji timova ili pojedinaca i odgovorni za njihove rezultate i kompetencije

Cilj radionice:

- upoznati se s metodom i praktičnim alatima coachinga
- vježbati na praktičnim primjerima iz prakse, koji će omogućiti sagledavanje koristi takvog pristupa u razvoju djelatnika
- temeljem vlastite situacije u poduzeću osmisлити sadržaj i ciljeve coachinga, te njegov tijek

Glavne teme radionice:

- ključni razlozi za provođenje coachinga
- kako savladati otpore u provođenju
- strukturirano vođenje coachinga – određivanje ciljeva i sadržaja
- metode coachinga
- davanje povratne informacije
 - negativna povratna informacija
 - pozitivna povratna informacija
- primjena coachinga – praktične vježbe
- individualni akcijski plan

Koristi – nakon radionice bit ćete u mogućnosti:

- provoditi coaching u tipičnim radnim situacijama
- prepoznati procese i standarde koji utječu na rezultat coachinga
- upotrebljavati coaching tijekom razvoja kompetencija
- razviti coaching koji za cilj ima ostvarenje ciljeva i rezultata poduzeća, a baziran na individualnim osobnostima, motivaciji i mogućnostima djelatnika

Vođenje zahtjevnih članova tima

(dvodnevna radionica)

Vođenje zahtjevnih osoba je izazov koji može „potrošiti“ naše vrijeme, energiju i motivaciju. Kako bi izbjegli spomenute situacije trebamo razviti vodstvene strategije koje će nam omogućiti učinkovito upravljanje problematičnim ponašanjima i pomoći zahtjevnim članovima tima da postanu kooperativniji i produktivniji.

RADIONICA JE NAMIJENJENA

za sve voditelje timova i osobe koje žele povećati vlastitu sposobnost upravljanja zahtjevnim situacijama i osobama. Novostečene vještine će polaznicima biti od koristi u komunikaciji sa kolegama, članovima tima, nadređenim i kupcima/ strankama.

SADRŽAJ RADIONICE

1. Uvod u radionicu i vođenje ljudi
2. Pravilno i nepravilno mišljenje o zahtjevnim osobama
3. Različiti pristupi rukovođenja zahtjevnim osobama
4. Primjeri rukovođenja ljudima pomoću pristupa ponašanju

Sitničavi Rudi

Tihi Slavko

Nezadovoljna Mila

Lijena Lina

Neodlučna Vesna

Hvalisavi Bili

5. Ključne točke pristupa ponašanju
6. Pojedine faze pristupa ponašanju

NAKON RADIONICE:

- dobiti pogled na različite osobnosti
- razumjeti što zahtjevnim za vođenje čini pojedince i situacije
- naučiti kako objektivnije gledati na pojedine situacije
- povisiti stupanj prilagodljivosti i samopouzdanja te steći bolji osjećaj kontrole u zahtjevnim situacijama
- razlikovati na što možemo utjecati a na što ne
- kroz rad na radionici razmjeniti iskustva s drugim voditeljima koji se nalaze u sličnim situacijama
- naučiti kako u zahtjevnim situacijama upravljati sobom i potrebnim izvorima

Upravljanje prodajnim aktivnostima (Sales Activity Steering)

(trajanje radionice 2 dana)

RADIONICA JE NAMIJENJENA

menadžerima prodaje, voditeljima prodaje, te svim menadžerima koji se pobliže žele upoznati s aktivnostima za upravljanje prodajom

CILJ RADIONICE

- razumjeti razloge i potrebu uvođenja RPAK koncepta u vođenju prodaje i prodajnog tima
- razumjeti utjecaj svakog od elemenata
 - R- rezultat
 - P- platforma
 - A- aktivnosti
 - K- kompetencije
- usvojiti alate i metodologiju definiranja, organizacije, praćenja i mjerenja rada
- odrediti načine implementacije i izraditi plan aktivnosti

GLAVNE TEME RADIONICE

- uloga i odgovornosti voditelja prodaje
- RPAK model
- značaj i praćenje Rezultata
- značaj i praćenje strukture Prodajne platforme
- planiranje i praćenje količine, kvalitete i smjera Aktivnosti
- praćenje i razvoj Kompetencija
- određivanje KPI pokazatelja
- definiranje uzročno posljedične veze u ostvarenju rezultata
- akcijski plan za jednog člana tima

KORISTI OD RADIONICE

- na jednostavniji i pregledniji način ostvarivati planirane ciljeve i rezultate
- izraditi proces upravljanja prodajnim aktivnostima baziranim na pokazateljima koji se mogu pratiti kako kratkoročno tako i dugoročno
- uvesti sustav upravljanja radom kako pojedinaca tako i cijelog prodajnog tima
- učiniti voditeljski rad jednostavnijim i učinkovitijim

Uspješan izbor novih zaposlenika

(trajanje radionice – 2 dana)

POLAZNICI:

sve osobe koji imaju za zadatak izbor kandidata za posao.

CILJEVI RADIONICE:

- sagledati potrebne korake u procesu pripreme i izbora novog zaposlenika
- pripremiti pregled znanja i vještina koje su očekivane za radno mjesto
- ukazati na izazove i teškoće koje se javljaju prilikom razgovora s kandidatima
- izraditi plan razvoja za uvođenje novog zaposlenika

SADRŽAJ RADIONICE:

- proces pripreme i izbora novog člana tima
- sagledavanje svijetlih i tamnih strana kandidata
- značaj kandidatove motivacije i vrijednosti prilikom razgovora za posao
- vođenje selekcijskih razgovora
 - o Video arts - video snimka „Izbor je Vaš“ o vođenju selekcijskih razgovora
- uvođenje u rad – izrada razvojnog plana
- dugoročni razvoj i osposobljenost novog člana tima
- uvođenje promjena u radu
- prekid rada i potrebni procesi
- individualni akcijski plan

KORISTI OD RADIONICE:

- sagledati cjelokupni proces izbora novog člana tima
- prepoznati izazove i teškoće koje se pojavljuju u procesu izbora kandidata
- sagledati potrebne vještine koje su potrebne u procesu izbora kandidata
- analizirati i uvježbati potrebne „čitanje“ molbi za posao
- izraditi plan uvođenja u posao, te plan za razvoj znanja i vještina
- pripremiti se za situaciju davanja i primanja otkaza od strane zaposlenika
- izraditi akcijski plan za svakog od zahtjevnih članova tima

*Kako popraviti svoj govor tijela?
Što učiniti kada zaboravite što trebate reći?
Kako napraviti dobru prezentaciju?*

Prezentacijske vještine

(trajanje radionice – 3 dana)

OPIS RADIONICE

managerima u marketingu i prodaji, prodajnim zastupnicima, Product managerima, internim "trenerima" te svim zaposlenicima koji u svom djelokrugu rada imaju potrebu nastupanja pred kupcima, poslovnim partnerima ili suradnicima.

KORISTI – NAKON RADIONICE ĆETE BITI U MOGUĆNOSTI

- s višim stupnjem samopouzdanja i uvjerljivosti utjecati na prisutne
- pripremiti i izvesti poslovne prezentacije
- za vrijeme radionice praktično vježbati prezentacije, te dobiti povratnu informaciju od voditelja radionice i polaznika radionice
- sve prezentacije, u obliku osobnih video snimki "ponijeti" sa sobom

CILJ RADIONICE

je praktičan razvoj vještina izvođenja poslovnih prezentacija koje danas postaju sve značajnije za postizanje poslovnih uspjeha. Pored stručnih znanja i vještina, za dobru prezentaciju koja ostavlja dojam kod prisutnih, nužno je potreban visok stupanj samopouzdanja, uvjerljivosti i jasnosti izražavanja.

GLAVNE TEME RADIONICE

- uvod i ciljevi programa
- planiranje, priprema i struktura prezentacije
- trema i stres za vrijeme nastupa
- učinkovita komunikacija
- neverbalna komunikacija
- rad sa slušateljima
- upotreba audio-vizualnih pomagala
- individualni akcijski plan

„Postoje 3 različita govora koje svatko od nas može izvesti. Onaj koji ste uvježbali, onaj koji ste izveli i onaj koji ste željeli izvesti.“ -- Dale Carnegie

Prezentacije koje ostavljaju dojam

(trajanje radionice – 2 dana)

POLAZNICI:

managerima u marketingu i prodaji, prodajnim zastupnicima, product managerima, internim "trenerima", te svim zaposlenicima koji imaju potrebu nastupanja pred kupcima, poslovnim partnerima ili suradnicima.

CILJEVI RADIONICE:

- odrediti ciljeve prezentacije
- pronaći načine za ostvarenje prezentacijskih ciljeva
- unaprijediti postojeće prezentacijske vještine
- sagledati kako bolje koristiti vizualne elemente u prezentaciji

SADRŽAJ RADIONICE:

- 4MAT prezentacijski model
- 6P model
- struktura prezentacije usmjerena slušateljima
- uloga prezentatora - EKSPERT
- interakcija sa slušateljima
- uloga prezentatora – KLJUČNI IGRAČ – aktiviranje slušatelja
- prezentacija koja stvara utjecaj
- korištenje medija
- upravljanje prigovorima
- uloga prezentatora – INTEGRATOR – izbjegavanje konfliktnih situacija
- dobivanje suglasnosti od slušatelja
- izrada akcijskog plana

KORISTI OD RADIONICE:

- s višim stupnjem samopouzdanja i uvjerljivosti utjecati na prisutne
- pripremiti i izvesti visoko učinkovite poslovne prezentacije
- za vrijeme radionice praktično vježbati prezentacije, te dobiti povratnu informaciju od voditelja radionice i polaznika radionice
- sve prezentacije, u obliku video snimki "ponijeti" sa sobom.

Vođenje godišnjih (razvojnih) razgovora

(trajanje radionice – 2 dana)

POLAZNICI:

svi voditelji timova i pojedinaца koji bi u standardnom opisu vodstvenih alata trebali imati i periodične razvojne razgovore. Ovakav razgovor je rijetka prilika da voditelj i član-ica tima sagledaju i razgovaraju o svim temama relevantnim za radno mjesto. Svaka osoba zaslužuje i treba povratnu informaciju od neposrednog rukovoditelja.

CILJEVI RADIONICE:

- sagledati potrebu periodičnih/ godišnjih razgovora
- odrediti kriterije za vođenje razgovora
- odrediti korake u procesu pripreme i izvođenja razgovora
- pripremiti pregled sadržaja – Rezultata Aktivnosti Kompetencija
- ukazati na izazove i teškoće koje se javljaju prilikom davanja povratne informacije
- izraditi plan za dalje korake u radu i vođenju

SADRŽAJ RADIONICE:

- razumijevanje da smo različiti
- 4P model
- Johari prozori
- što je povratna informacija
- kako primamo i dajemo povratnu informaciju
- gdje su teškoće
- suočavanje sa konfliktima
- kako rješavati konflikte
- emocionalna inteligencija
- vještine za dobru suradnju
- pravila za davanje i primanje povratne informacije
- izrada akcijskog plana za razvoj (IDP)

KORISTI OD RADIONICE:

- sagledati cjelokupni proces davanja povratne informacije
- kako na kvalitetniji način voditi pojedince u timu tako i cijeli tim
- preuzeti i prilagoditi „alate“ za pravilno vođenje periodičnih razgovora
- kod članova tima pozitivno utjecati na motivaciju i sklonost promjenama



Prodajne vještine





Prodaja u 3. tisućljeću

(trajanje radionice – 3 dana)

Način na koji danas kupci kupuju se, unatrag 10 godina, drastično promijenio. Zahvaljujući digitalizaciji kupci su informiraniji te sve više i više autonomni u procesu donošenja odluka. Takvi procesi imaju značajan utjecaj na rad u prodaji i rad prodajnih predstavnika.

Tri su glavna trenda koja se mogu uočiti:

- 1:** I najbolji prodavač je beskoristan ukoliko nije prisutan na “putu” kojim kupac donosi odluku o kupnji.
- 2:** Kako ne postoji jedan način kupnje, tako i ne postoji jedan način za prodaju; jedan prodajni model nije više primjenjiv.
- 3:** Prodajne vještine koje su se koristile do jučer nisu više aktualne.

To s druge strane ne znači da prodajne vještine treba zanemariti već da se prodajni predstavnici trebaju prilagoditi i razvijati nove vještine kako bi bili i dalje uspješni.

U dinamičnom svijetu poslovnih promjena, Mercuri International je oblikovao 32 nove vještine koje su potrebne za današnji rad u prodaji, te pored toga odredio 20 ključnih elemenata kojima mora ovladati svaki prodajni predstavnik kako bi bio uspješan u svom prodajnom radu.

Dva su pitanja koja se ovdje postavljaju pred svakog menadžera i pred svakog prodajnog predstavnika. Ona su sljedeća:

Kako je Vaš tim pripremljen za rad s kupcima u 3. tisućljeću? Jesu li ovladali novim vještinama koje su ključne za današnji rad u prodaji i s kupcima?

Sadržaj radionice:

- Razumijevanje novih kupovnih navika i “uzoraka”
- Prisutnost na kupčevom “putu” za kupnju
- Uspješno uspostavljanje prvog kontakta
- Razumijevanje kupca, očekivanja, izazova i potreba
- Oblikovanje prijedloga i argumentacije
- Predstavljanje i arugmentacija prijedloga
- Zaključivanje razgovora i dodatna prodaja
- Upravljanje prigovorima i zahtjevnim prodajnim situacijama
- Što nakon razgovora?



32

vještine koje su potrebne da
učinkovit rad u prodaji

Je li Vaš prodajni tim pripremljen
za rad s kupcima u 3. tisućljeću?

Jesu li ovladali novih vještinama
koje su ključne za današnji rad u
prodaji?

20

ključnih elementa kojima
mora ovladati svaki prodajni
predstavnik

Budućnost prodaje u 3. tisućljeću je s onim prodajnim predstavnicima koji će biti sposobni koristiti tehnološka dostignuća i koji će oblikovati prodajni proces na način da ispune očekivanja kupaca u digitalnom dobu.

Šest bojnih polja

(trajanje radionice – 2 dana)

KOME JE RADIONICA NAMIJENJENA

Radionica je namijenjena svim članovima prodajnih timova, projektnim menadžerima i svim zaposlenicima koji u prodaju svojih proizvoda i usluga trebaju izvoditi u visoko kompetitivnom okruženju.

CILJ RADIONICE

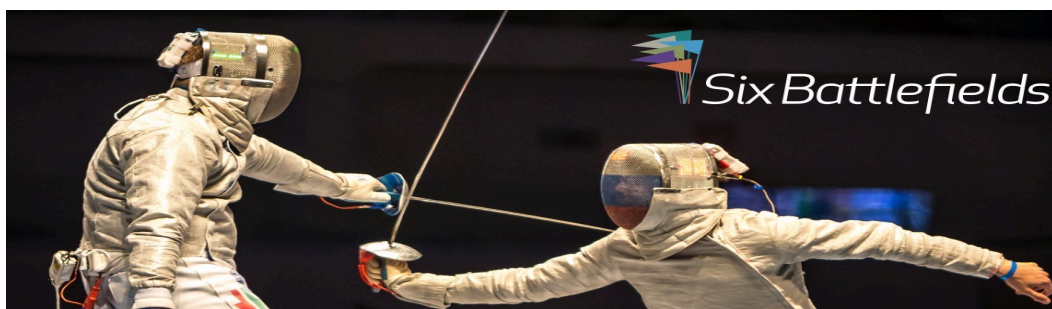
Razvijanje učinkovite prodajne argumentacije koja je usmjerena prema pravilnom “pozicioniranju” proizvoda ili usluge. Radionica osposobljava za izgradnju pravilnog prodajnog stava i prodajnog ponašanja omogućavajući članovima prodajnog tima da utječu na kupčevo razmišljanje i percepciju vlastitih proizvoda ili usluga u odnosu na konkurenciju.

SPECIFIČNOST RADIONICE

U radu tijekom radionice učesnici se usmjeravaju na jednu ciljnu skupinu, na jedan proizvod i na jednog konkurenta. Na taj način rade usporedbu svojih proizvoda ili usluga s konkurentskim te razvijaju potrebnu argumentaciju. Konačni rezultat radionice je plan za primjenu stvorenih argumenata te načina kako učinkovitije voditi prodajnih razgovor i uvjeriti sugovornika.

KORISTI – NAKON RADIONICE BITI ĆETE U MOGUĆNOSTI:

- prepoznati prednosti vlastitih proizvoda ili usluga u odnosu na konkurenciju
- procijeniti slabosti vlastite ponude u odnosu na konkurenciju te oblikovati način umanjena slabosti
- razviti učinkovitu argumentaciju za uvjeravanje sugovornika i stvoriti pozitivan stav za utjecaj na sugovornika



Telefonska prodaja

(trajanje radionice - 2 dana)

KOJE JE NAMIJENJENA

svim prodavačima, komercijalistima, Account managerima, djelatnicima call centara, odnosno svim onim djelatnicima koji u svom djelokrugu rada imaju potrebu stvaranja prodajnih kontakata putem telefona.

CILJEVI RADIONICE

U svakom je kontaktu s klijentom jako malo mjesta za pogrešku. Svaka riječ ili gesta kreiraju sliku o poduzeću u očima naših klijenata. Ovaj seminar namijenjen je stvaranju pozitivnog image razvijajući kod polaznika vještine slušanja, moć pozitivnog mišljenja, te komuniciranja na verbalnoj i neverbalnoj razini.

SADRŽAJ RADIONICE

Uvod i ciljevi programa

- kratko predstavljanje polaznika
- osnovne informacije o ciljevima programa i metodama rada

Uporaba telefona u prodajnoj organizaciji

- različiti načini uporabe telefona u prodaji
- prednosti i nedostaci telefonske prodaje
- čimbenici uspjeha u telefonskoj prodaji

Djelotvorna komunikacija putem telefona

- uporaba glasa
- pozitivno mišljenje i izražavanje
- tehnika pitanja i aktivno slušanje
- analiza osobne telefonske situacije

Aktivna prodaja putem telefona

- korištenje ulaznih poziva za aktivnu prodaju
- pro-aktivan pristup prodaji putem telefona
- sustavan rad i planiranje u *telesalesu*
- vladanje "teškim" situacijama

Individualni akcijski plan

KORISTI – NAKON RADIONICE BITI ĆETE U MOGUĆNOSTI:

- sagledati svoje dobre i manje dobre osobine u (telefonskoj) komunikaciji
- ovladati specifičnim vještinama usmjeravanja sugovornika
- koristiti vještine za učinkovito planiranje i obavljanje telefonske komunikacije

poslovna simulacija

Prodajni proces

(trajanje poslovne simulacije/
radionice - 2 dana)

KOJE JE NAMIJENJENA

Članovima prodajnih timova (referente, komercijaliste, stručne suradnike, prod. predstavnike i sl.), zaposlenicima za potporu prodaji i marketing odjelu, voditeljima prodaje, prodajnim menadžerima, direktorima prodaje i sl.

CILJEVI RADIONICE

- razviti prodajne strategije s težištem na ostvarenju planiranih rezultata
- shvatiti značaj zaključivanja prodajnih mogućnosti, stvaranja prihoda i odgovarajuće zarade
- odrediti najbolji mogući način za izvođenje proaktivnih prodajnih aktivnosti
- shvatiti značaj investiranja u razvoj prodajnog tima i stvaranje učinkovitog tima za potporu prodajnim aktivnostima
- razumjeti prodaju kao proces djelovanja s različitim aktivnostima u različitim fazama prodajnog procesa
- planirati troškove poslovanja na najbolji mogući način kako bi se postigao što veći prodajni rezultat, a time i što veća dobit.

KORISTI – NAKON RADIONICE BITI ĆETE U MOGUĆNOSTI:

- povećati razinu sigurnosti u donošenje odluka
- uvidjeti rezultate vlastitih odluka – kako na „top line” tako i na „bottom line”
- sagledati i upoznati djelovanje pojedinih odluka i strateških aktivnosti
- razumjeti osnovne elemente računa dobiti i gubitka (P&L)
- odrediti koje aktivnosti i kojom dinamikom bi trebale biti poduzete u realnoj situaciji

SADRŽAJ RADIONICE

Radionica se izvodi u grupama od po 4 člana a jedan od ciljeva je natjecateljskog karaktera. Cilj je u vremenskom periodu od 4 tromjesečja ostvariti prodajni rezultat kombinirajući različite aktivnosti i procese, uz istovremeno vođenje brige o troškovima i profitabilnosti na kraju svakog perioda.



poslovna simulacija

Od prilike do realizacije

(trajanje radionice - 2 dana)



KOJE JE NAMIJENJENA

Radionica je namjenjena project managerima, voditeljima ključnih kupaca, "lovcima" poslovnih mogućnosti, tender managerima, kao i drugim članovima tima koji imaju zadatak realizirati kompleksnija rješenja/ proizvode u složenijim projektima – prodajnim prilikama. 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

RJEŠENJE U PRODAJNOJ PRILICI

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.

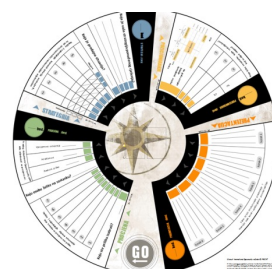
KORISTI – NAKON RADIONICE BITI ĆETE U MOGUĆNOSTI:

- povećati vjerojatnost dobivanja kompleksnijih projekata
- objektivno procjenjivati šanse i isplativost osvajanja 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

SADRŽAJ RADIONICE

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

1. **Kako vrednovati mogućnost**
Prikupljanje osnovnih informacija
Vrednovanje informacija
Procjena realnosti realizacije 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 realizacija projekta



Upravljanje prigovorima

(trajanje radionice – 2 dana)

POLAZNICI:

Svima koji u neposrednom kontaktu s kupcem ili klijentom prodaju proizvode, usluge ili rješenja i pritom se susreću s teškim situacijama i prigovorima. Prije svega to su prodavači, zastupnici, komercijalisti, prodajni inženjeri, Product manageri, ukratko svi koji se nalaze u direktnom kontaktu s klijentom.

SADRŽAJ RADIONICE:

Uspješna komunikacija

- komunikacijski proces
- faze i zamke komunikacije
- alati uspješne komunikacije
- aktivno slušanje / pozitivno izražavanje

Vladanje pitanjima i prigovorima kupaca

- razlozi za pitanja i prigovore
- tipovi prigovora
- kako savladati prigovore
- izrada baze prigovora

Prezentacija cijene i prigovori na cijenu

- prezentacija cijene – vrijeme i načini
- pregovaranje o cijeni
- psihološki vidik cijene
- vladanje prigovorima na cijenu

Vježbanje u grupama od po 3 člana

CILJEVI RADIONICE:

Olakšati polaznicima nošenje sa teškim situacijama i teškim klijentima. Omogućiti polaznicima da spoznaju što se krije iza prigovora i kako oni mogu postati dobar "alat" za poboljšanje odnosa s klijentima. Upoznati polaznike s osnovnim komunikacijskim tehnikama za lakšu suradnju i komunikaciju s klijentima.

KORISTI – NAKON RADIONICE BITI ČETE U MOGUĆNOSTI:

- prepoznati postojeće komunikacijske zamke u kontaktu s klijentima
- koristiti se alatima za uspješniju komunikaciju
- lakše prilagoditi svoj komunikacijski stil potrebama prodajne situacije
- dobiti "drugi pogled" na prigovore – prepoznati ih kao poticaj kupca za unapređenje postojeće suradnje
- prepoznati različite uzroke prigovora i ovladati rješavanjem svakog od njih
- lakše se „obraniti“ od prigovora na cijenu
- kroz praktične primjere i igranje uloga, na samom treningu, isprobati novostečena znanja

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 ciljane 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

prodaja na temelju vrijednosti

Value Based Selling

(trajanje radionice - 2 dana)

NAPREDNA PRODAJNA VJEŠTINA

Value Based Selling je način prodaje koji radi pomak fokusa sa **proizvoda na partnera -**

kupca.

Kupci vole raditi s prodajnim predstavnicima koji razumiju njihovo poslovanje, poslovne ciljeve, poslovne brojke, odnosno s onima koji im pomažu u postizanju ciljeva, umjesto onih prodajnih predstavnika koji im prodaju samo proizvod ili uslugu.

Kako bi prodajni proces oblikovali na odgovarajući način kupcima trebamo predstaviti našu vrijednost ... SNAGU VRIJEDNOSTI.

SADRŽAJ RADIONICE

ISTRAŽI

- analiziraj kupčevu situaciju
- utvrdi kupovne motive
- prilagodi se kupcu

OSMISLI

- prijedlog vrijednosti
- usporedi s konkurentima
- kvantificiraj vrijednost za kupca

PREDSTAVI

- pripremi poslovni prijedlog
- pozicioniraj rješenje
- prezentiraj osobi-ama koje odlučuju

ANGAŽIRAJ

- zatraži kupčevo slaganje
- razgovoraj o ostalim sadržajima/ uvjetima
- odredi plan aktivnosti i sljedeće korake





„Soft skills” programi



UPRAVLJANJE KONFLIKTIMA

(trajanje radionice - 2 dana)

RADIONICA JE NAMIJENJENA

Svim managerima i djelatnicima koji žele ostvariti okruženje sa što manje destruktivnih konflikata, te svim osobama koje su u direktnom, ali i indirektnom kontaktu s kupcima, te dolaze u dodir s njihovim prigovorima i reklamacijama. Radionica je namijenjena i svim osobama koje su u stalnom kontaktu s ljudima i žele minimizirati konflikte koje imaju s njima, te svima koji žele bolje upoznati mehanizme nastanka konflikta i različite osobnosti ljudi s kojima komuniciraju.

CILJ RADIONICE

Cilj ovog razvojnog programa je pokazati i polaznicima prenijeti procese učinkovite analize i rješavanja konflikata koje uvježbavaju na vlastitom primjeri, a koji im može koristiti za većinu konflikata s kojima se svakodnevno susreću.

KORISTI OD RADIONICE

- utvrditi razloge nastanka konflikata i analizirati vlastitu ulogu u tome
- sagledati utjecaj osobnosti na konflikte; polaznici upoznaju svoj način komunikacije temeljen na svojoj osobnosti i kako taj način prilagoditi komunikaciji drugih osoba da se konflikt ukloni ili spriječi
- manje stresno komunicirati s "teškim" osobama i smanjiti konflikte s klijentima i suradnicima
- konflikt sagledati na način da on predstavlja odličnu priliku za promjenu i rast
- razlikovati funkcionalne od disfunkcionalnih konflikata
- dobiti psihološku pozadinu ljudskih postupaka koji dovode do konflikta
- koristiti stil „integracije“ kao jedini stil koji dugoročno rješava konflikte
- izraditi akcijski plan za uspješno izbjegavanje konflikata u budućnosti

SADRŽAJ RADIONICE

- uvod u važnost i značaj konflikta
- razine konflikata
- uzroci i posljedice konflikata
- uloga osobnosti u konfliktu
- načini i strategije rješavanja konflikata
- grupna dinamika
- prevencija u konfliktima i "feedback"

UPRAVLJANJE VREMENOM

(trajanje radionice - 2 dana)

RADIONICA JE NAMIJENJENA

Svima kojima je 24 sata premalo da obave sve poslove. Svim managerima koji žele bolje organizirati svoje vrijeme i ovladati učinkovitim delegiranjem, te svim osobama koje bi željele "pronaći" dodatno vrijeme za sebe. Radionica je također namijenjena svim osobama kojima je problem reći "ne" zahtjevima drugih, te onim osobama koje bi željele ostvarivati postavljene ciljeve.

CILJ RADIONICE

Cilj ovog razvojnog programa je pokazati i praktično vježbati svakodnevne situacije upravljanja vlastitim (radnim) vremenom. Program ima dva naglasaka; to je prije svega naglasak na ukazivanje kako danas "trošimo" dragocjeno vrijeme, te s druge strane naglasak i na aktivnostima i vlastitim stavovima kako bolje i racionalnije koristiti vrijeme.

KORISTI OD RADIONICE

- prepoznati vlastiti stil upravljanja vremenom – prednosti i slabosti
- naučiti osnove asertivnosti – vještine izbjegavanja agresivne ili pasivne reakcije na zahtjeve drugih
- određivati prioritete u svakodnevnim obvezama
- definirati i savladati aktivnosti za učinkovito delegiranje
- smanjiti stres u svakodnevnim situacijama i uspostaviti bolju ravnotežu između zahtjeva radnog mjesta i privatnog života
- postaviti granice prema drugima u pogledu njihovih zahtjeva za vašim vremenom
- bolje organizirati aktivnosti i obaviti više bitnih stvari tijekom dana
- razlikovati bitno od hitnog
- ispravno postaviti ciljeve koje ćete ostvariti

SADRŽAJ RADIONICE

- uvod i ciljevi
- naš pristup vremenu
- "potrošači" vremena (kradljivci)
- kako se riješiti pojedinih "potrošača"
- psihološke barijere
- reći "NE"
- raspored vremena
- određivanje prioriteta
- delegiranje
- praktično određivanje ciljeva
- osobni akcijski plan

OTPORNOST - RESILIENCE

1-2 dnevna radionica

Izgradite otpornost: Ključ za osobni i profesionalni uspjeh

Što je otpornost?

Otpornost je sposobnost pojedinca ili organizacije da se nosi s izazovima, prebrodi teške trenutke i pritom se obnovi jači i spremniji za budućnost. U današnjem dinamičnom svijetu, otpornost je ključna vještina koja vam može pomoći da napredujete unatoč nedaćama.

Zašto je otpornost važna?

Osobni razvoj: Otpornost vam pomaže da prebrodite stres i održite psihičko zdravlje, čak i u najtežim trenucima.

Poslovni uspjeh: Organizacije koje potiču otpornost među zaposlenicima brže se oporavljaju od kriza i dugoročno ostvaruju bolje rezultate.

Emocionalna stabilnost: Razvijanjem otpornosti gradite emocionalnu inteligenciju, što vam omogućuje bolje razumijevanje sebe i drugih.

Kako razviti otpornost? (sadržaj radionice)

(u pripremi radionice izrada vlastitog profila otpornosti)

1. Pripušćanje: Pripušćanje promjena i sposobnost brzog reagiranja na nove izazove.
2. Osjećanje: Vjerujte u vlastite sposobnosti i vještine kako biste se suočili s izazovima.
3. Usmjerenje: Održavanje optimističnog stava i pronalaženje prilika u svakoj situaciji.
4. Razumijevanje: Izgradite snažnu mrežu prijatelja, obitelji i kolega koji vas mogu podržati u teškim vremenima.

Postanite otporniji već danas!

Pridružite nam se na radionici o izgradnji otpornosti gdje ćete naučiti tehnike i alate za razvijanje ove važne vještine.

Povećajte svoju otpornost i postanite otporniji na sve što život nosi!

RAZVOJ INTERNIH TRENERA

TRAIN THE TRAINERS (TTT)

(vremensko trajanje programa je ovisno od obuhvatnosti programa)

RADIONICA JE NAMIJENJENA

svim zaposlenima koji imaju potrebu oblikovanja i izvođenja različitih vrsta internih/ eksternih prezentacija – školovanja. Bilo da se radi o počecima internog trenerstva ili se radi o iskusnijim internim trenerima, Mercuri TTT program pomaže podići vaše interne trenere na višu razinu.

SADRŽAJ PROGRAMA

1. SELEKCIJA KANDIDATA/ PROCJENA INTERNIH TRENERA
2. RADIONICE ZA RAZVOJ PREZENTACIJSKIH VJEŠTINA
3. RADIONICE ZA RAZVOJ TRENERSKIH VJEŠTINA
4. PREZENTACIJSKI NASTUPI INTERNIH TRENERA
5. CERTIFIKACIJSKA RADIONICA

NAPOMENA:

zbog različitih zahtjeva, potreba i prioriteta u razvoju internih trenera, konzultanti Mercuri Internationala svaki razvojni program razvijaju i prilagođavaju specifičnim zahtjevima partnera – Naručitelja.

Molimo vas da nas za oblikovanje prilagođenog razvojnog prijedloga kontaktirate na info@mercuri.hr.



Digital Learning



Digital Learning

U današnje vrijeme tvrtke žele sve više i više racionalizirati poslovanje, štede novac i vrijeme i osiguravaju optimalan omjer postignutog rezultata i uloženi sredstava. S jedne strane, ljudi se svakodnevno aktivno uključuju u svoje radne obveze, a s druge strane, razvoj njihovih kompetencija je ključan za postizanje postavljenih ciljeva.

U Mercuri International uveli smo **Blended learning**™ - **BlendedX** programe odnosno kombinirane programe učenja kako bi se poboljšala učinkovitost razvoja pojedinih kompetencija. Naša rješenja kombiniraju osposobljavanje ili u učionici ili virtualnoj učionici, e-module, upitnike, projektne zadatke, treniranje, simulacije poslovanja, video sadržaje, nastavne sadržaje ... Pažljivo odabrani moduli e-učenja pružaju metode i znanja koja su potrebna zaposlenicima a koja mogu samostalno i individualno preuzimati.

Kombinirani pristup omogućuje tvrtkama da svojim zaposlenicima ponude personaliziraniji način učenja, jer se put učenja može osmisлити čak i za svakog sudionika ponaosob. Cjelokupno razvojno iskustvo postaje učinkovitije, zanimljivije i značajno uspješnije u smislu postizanja boljih rezultata.

Prednosti i koristi od kombiniranog učenja su:

- Razvojni sadržaji koje koristimo u direktnom ili indirektnom kontaktu s učesnicima
- Svaki učesnik može sebi oblikovati dinamiku učenja i utjecati na izbor sadržaja za učenje i razvoj
- Kombinirano učenje može u znatnoj mjeri skratiti odsutnost s radnog mjesta i tako doprinosti višoj razini produktivnosti
- Uložena sredstva u razvoj mogu donijeti veći povrat
- Metodologija učenja u skladu sa najnovijim tehnološkim dostignućima i saznanjima

Sadržaji za učenje

OSVJEŠĆUJEMO POTREBU

RAZVIJAMO VJEŠTINE

KORIŠTENJE U RADU

POMAŽEMO VAM USPJETI



Zašto?



Što?



Kako?



Uspjeh



Samoprocjena



Individualan pristup



Trening



Potpورا



Videosnimke



Razvoj kompetencija



Primjena



Akcija

ZAŠTO



STVARANJE INTERESA/
VIDEO SADRŽAJI



AKTIVNOSTI PRUŽE
PROCESA RAZVOJA



GLASOVANJA/
OTVORENA PITANJA

ŠTO



E-LEARNING
MODULI



RADIONICE



MATERIJALI ZA
ČITANJE



E-LEARNING
MODULI



AKTIVNOSTI NA
RADNOM MJESTU



PRIRUČNIK

RAZVOJNI PUT



ALATI &
PREDLOŠCI



VIDEO SNIMKE
EKSPERTATA



ZAJEDNIČKE
POSJETE



POSLOVNI
SLUČAJEVI

KAKO



SAVJETI



E-MODULI BAZIRANI
NA SCENARIJU



SAVJETI



WEBINARI ZA POMOĆ
U PRIMJENI

ŠTO AKO



VREDNOVANJE
POSTIGNUTOG



CERTIFIKACIJA
RAZVOJNOG PUTA

Pregled dijela puteva učenja

PUTEVI UČENJA I RAZVOJA



OSNOVE PRODAJE

- prodajni model usmjeren na kupca
- priprema za prodajni razgovor
- oblikovanje prodajnog pristupa
- stvaranje i otkrivanje potreba
- argumentacija
- prodaja cijene i zaključak razgovora

REMOTE SELLING

- priprema virtualnog sastanka
- tehnike vođenja virtualne komunikacije
- sastanak putem web aplikacije
- aktivna virtualna komunikacija

RAZUMIJEVANJE KUPACA

- vladanje tehnikom postavljanja pitanja
- tehnike oblikovanja pitanja – FOCA
- pitanja za stvaranje potrebe
- tehnika lijevka
- sažetak prikupljenih informacija

VALUE BASED SELLING

- razumijevanje vrijednosti za kupca
- istraživanje potreba
- oblikovanje vrijednosnog prijedloga
- uključivanje kupca u argumentaciju
- analiza prodajnih mogućnosti

UPRAVLJANJE PRIGOVORIMA

- razumijevanje pozadine prigovora
- izrada baze prigovora i „teških pitanja“
- načini upravljanja prigovorima
- pravilna komunikacija i odgovori
- prigovori na cijenu

UPRAVLJANJE REZULTATOM

- Mercuri koncept prodajne platforme
- analiza potencijala prod. platforme
- oblikovanje ključnih pokazatelja – broj, potencijal i stupanj iskorištenja
- osnove RPAK modela

ASERTIVNA PRODAJA

- model situacijske prodaje
- značenje izraza - asertivnost
- asertivan prodajni proces
- vladanje zahtjevnim situacijama

KONZULTATIVNA PRODAJA

- model situacijske prodaje
- razlika konzultativno - ekspertno
- konzultativan prodajni proces
- oblikovanje CAIDS prodajnog modela

REGOVARAČKE VJEŠTINE

- upravljanje pregovaračkim procesom
- priprema pregovaračkog procesa
- iznošenje prijedloga
- pregovaračke strategije i taktike
- stvaranje win-win rezultata

SALES LEADERSHIP

- analiza vodstvenog profila
- komunikacija s članovima tima
- prilagođeno vođenje – matrica faza i uloga
- osnove coaching-a

UPRAVLJANJE PROD. PRILIKAMA

- procjena prodajnih prilika
- oblikovanje strategije rješenja
- analiza kontaktnih osoba
- izrada profesionalne prodajne prezentacije

KEY ACCOUNT MNG.

- segmentacija kupaca i strategija za kupce
- prikupljanje informacija o kupcima
- kontaktne osobe i DMU
- izrada plana za Ključnog kupca

Hogan Assessment Profile

(poslovno okruženje)

"People are the most dangerous and consequential forces on earth. Shouldn't we know something about them?"

Robert Hogan



HOGANDEVELOP
INSIGHT **HPI**

HOGANDEVELOP
INSIGHT **HDS**

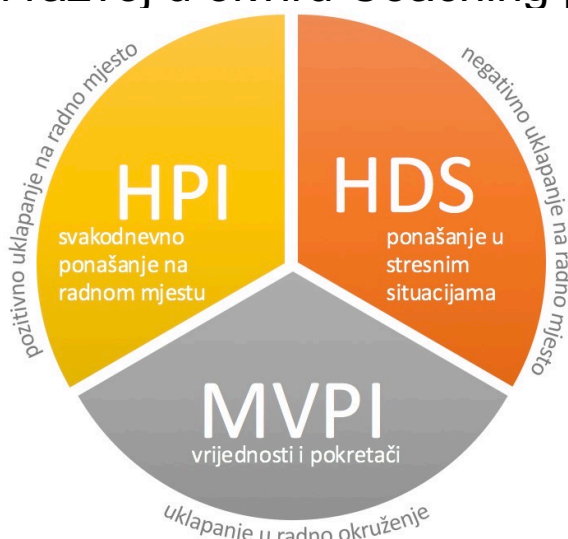
HOGANDEVELOP
INSIGHT **MVPI**

Hogan alati za procjenu profila osobnosti su oblikovani za procjenu - predviđanje ponašanja osobe u poslovnom okruženju.

Alat je zasnovan na *Big Five* modelu i na 30 godina istraživanja i proučavanja ponašanja osoba u poslovnom okruženju.

Profiliranje se sastoji od 3 analize profila koji u konačnici predstavljaju osnovu za jedan od navedenih proces unutar kompanije:

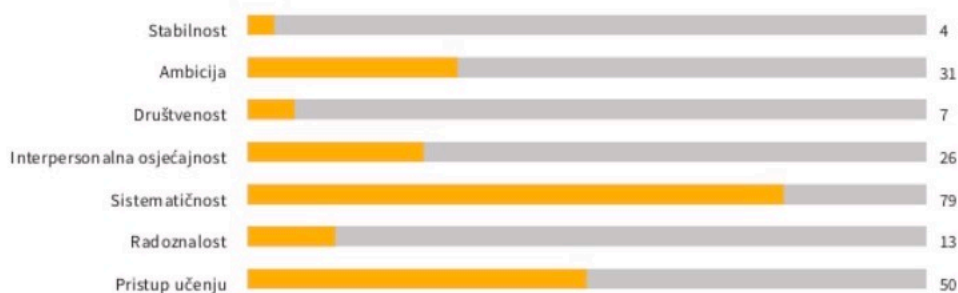
- za izbor novih zaposlenika
- za procjenu postojećih zaposlenika i izradu individualnih razvojnih planova
- za predviđanje ponašanja zaposlenika na određenih radnim mjestima i zadacima
- za procjenu prikladnosti osobe za unaprjeđenje ili promociju
- za usmjeravanje razvoja karijere
- za individualni razvoj u okviru Coaching procesa.



Hogan Personal Inventory - inventar osobnosti je alat za procjenu «normalne» osobnosti uz pomoć sedam primarnih skala i šest skala zanimanja, koje opisuju ponašanja osobe na radnom mjestu, točnije kako se ona nosi sa stresom, kakve su joj interakcije s drugim osobama, kako pristupa radnim zadacima i kako rješava probleme. Iako su u izvještaju prikazani rezultati za svaku skalu pojedinačno, sve one jednako doprinose objašnjenju radne uspješnosti. U izvještaju su opisane snage, područja za dalji razvoj, kao i teme za razgovoru u okviru procesa davanja povratne informacije - *Feedback*.

HPI

Hogan Personality Inventory

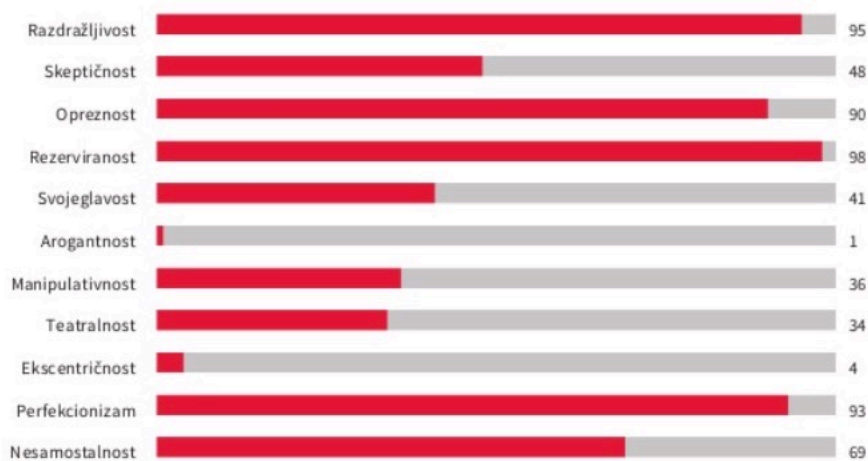


izgled dijela HPI izvještaja

Hogan Development Survey - Hoganov razvojni izvještaj (HDS) procjenjuje prisutnost 11 vrsta interpersonalnih ponašanja koja mogu izazvati probleme na poslu i u radnom okruženju tzv. «tamne strane». Ponašanja koja su povezana s visokim rezultatima na HDS mogu predstavljati snage, ali kada su previše izražena mogu negativno utjecati na odnose s ljudima ili karijeru osobe. HDS izvještaj pomaže u jačanju samosvijesti ukazivanjem na potencijalna ponašanja kojih osoba možda nije svjesna.

- HDS prikazuje tendencije u ponašanju koje se javljaju kada je osoba pod stresom, kada joj je dosadno ili je umorna.
- Istraživanja pokazuju da osobe sa nižim HDS rezultatima imaju manje problema na poslu.
- U prosjeku, osobe imaju tri ili četiri rezultata u zoni visokog rizika na HDS-u.

HDS Hogan Development Survey



izgled dijela HDS izvještaja

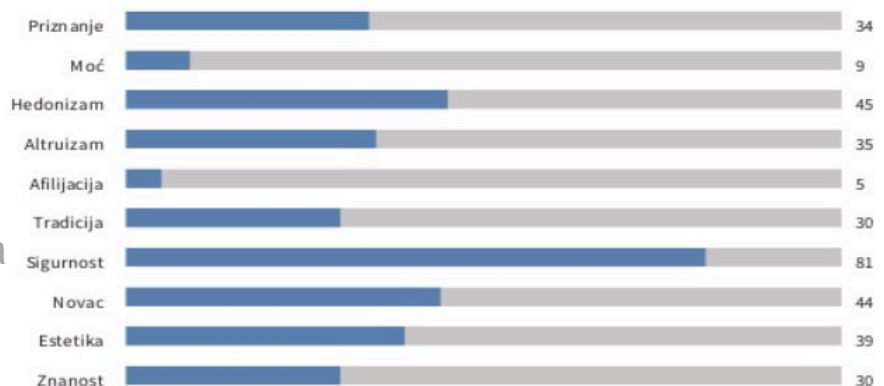
Motivation Values Preferences Inventory - Inventar motiva, vrijednosti i preferencija (MVPI) opisuje temeljne vrijednosti, ciljeve i područja interesa osobe. Ove informacije su ključne za razumijevanje koje vrste poslova i radnih okruženja osoba smatra privlačnim i pomaže pri donošenju kvalitetnijih karijernih odluka. Ovaj izvještaj sadrži informacije vezane za 10 dimenzija vrijednosti: svaka dimenzija sadrži pet podskala koje ukazuju na Životni stil, Uvjerenja, Preferirana zanimanja, Averzije i Preferirane suradnika.

- Ljudi koriste svoje vrijednosti pri donošenju odluka, ali rijetko kada analiziraju svoje vrijednosti i često donose odluke na osnovu razloga koje nedovoljno razumiju. Postojanje svijesti o svojim vrijednostima može značajno doprinijeti kvaliteti donešenih odluka.
- Ukoliko ljudi izaberu karijere i poslove u organizacijama čija kultura nije u skladu sa njihovim vrijednostima, vjerovatno će biti nezadovoljni i neće učinkovito obavljati svoj posao. Obratno, ako izaberu karijere i poslove u organizacijama koje se poklapaju s njihovim vrijednostima, bit će zadovoljniji i radit će učinkovitije.

MVPI Motives, Values, Preferences Inventory

Vrijednosti su svakodnevne životne strategije.

izgled dijela
MVPI
izvještaja





NLP u prodaji i vođenju



“One vidno zanesene plesom, ludima smatraju samo oni koji ne čuju glazbu”

Friedrich Nietzsche

Što je to NLP ili Neuro Lingvističko Programiranje?

Neuro-lingvističko programiranje je proučavanje našeg subjektivnog iskustva; kako stvaramo ono što se u našim umovima pretvara u stvarnost. Bavi se pitanjima kao što su:

- Kako radimo to što radimo?
- Kako je moguće da dvije osobe mogu razgovarati i da svaka ima različitu ideju o tome što je dogovoreno?
- Kako to da su neki ljudi talentirani i izgledaju prirodno nadareniji od drugih?
- Kako stvaramo svoje osjećaje sreće i tuge?

NLP također proučava briljantnost i kvalitetu – kako izvanredni pojedinci i organizacije postižu svoje izvanredne rezultate. Metode služe za ‘podučavanje’ drugih kako bi i oni mogli dobiti istu klasu rezultata. To se zove modeliranje. NLP je narastao dodavanjem praktičnih alata i metoda stvorenih modeliranjem izuzetnih ljudi. Ovi se alati koriste na međunarodnoj razini u sportu, poslovanju, obuci, prodaji, pravu i obrazovanju. NLP je sustavna studija ljudske komunikacije. 1970tih godina 20. stoljeća u Californiji, SAD, Richard Bandler (matematičar i informatičar) i John Grinder (lingvist) promatrali su i temeljito analizirali rad uspješnih terapeuta koji su razvili i uspješno koristili kroz vlastite modele u svom radu (Milton Erickson – hipnoterapeut; Virginia Satir – obiteljska terapeutkinja; Fritz Perls – gestalt terapeut). Njihovi modeli su unatoč različitosti metoda bili u stanju, unutar (relativno) kratkog vremena, klijentima pomoći da dođu u kontakt sa svojim resursima i kreativnim potencijalima, te da ih koriste. Bandler i Grinder su temeljem promatranja, analiziranja i modeliranja, razvili psihološki model komunikacije koji se zove NLP.

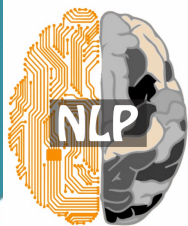
Neuro – Ljudi svoju okoliku i vanjski svijet doživljavaju putem svojih osjetila (vid, sluh, njuh, okus i dodir/ temperatura/ vibracija..). Podražaji i milijuni informacija putem osjetila i kroz živčani sustav te različite živčane puteve i sinapse prolaze do mozga gdje se filtriraju i obrađuju. Naši dojmovi i doživljaji su različiti budući da svatko od nas doživljava svoju subjektivnu stvarnost i ima svoju ”mapu svijeta”

Lingvističko – Ljudi lingvistički, riječima i govorom iskazuju svoje subjektivne dojmove i shvaćanja

Programiranje – Ljudi u svojim ključnim centrima tijela i duha pohranjuju, razgrađuju iskustva te temeljem toga grade vlastiti način ponašanja. Ukoliko postoji “program” ponašanja kojeg je moguće prepoznati – moguće “reprogramiranje programa”

NLP je model za opažanje, razumijevanje i mijenjanje ponašanja i doživljaja ljudi, a zasniva se na međutjecaju opažanja (neuro), jezika (lingvističko) i obrazaca ponašanja (programiranje).

NLP je primijenjena suma spoznaja iz psihologije, istraživanja jezika, neuroznanosti i funkcioniranja mozga, te pruža mogućnost učenja i podučavanja vještine uspješne komunikacije, konstruktivnog razmišljanja i djelovanja, a s ciljem osobnog rasta i razvoja.



*“Svatko svoju sudbu drži u vlastitim rukama, poput kipara koji od svoje sirovine stvara lik....
vještina oblikovanja sirovine u ono što želimo mora se učiti i pažljivo njegovati”*

J. W. Goethe

KOME JE NAMIJENJEN NLP TRENING?

Voditelj ste tima, čiji članovi ne daju svoj maksimum?

- Saznajte kako otkriti njihove potencijale i kako ih potaknuti da sa željom, energijom, voljom i posvećenošću ostvaruju (i premašuju) ambiciozne ciljeve. Spoznajte kako povećati njihov radni učinak bez povećavanja budžeta za plaće.

Odgovorni ste za selekciju i razvoj zaposlenika?

- Naučite metode brze procjene talenata kandidata, te povećajte točnost vlastitih prosudbi. Ovladajte postupcima modeliranja izvrsnosti i učinkovitog prenošenja najbolje prakse unutar svog tima.

Od vas se očekuju ideje i kreativna rješenja?

- Naučite kako prepoznati i potaknuti kreativnost u kolegama te kako dizajnirati kreativni grupni proces i učinkovito upravljati njime.

Radite u prodaji ili je dio vaše odgovornosti kontakti s klijentima, internim ili vanjskim?

- Saznajte kako pripremiti ponudu (oglas, pismo, prezentaciju itd.) koju bi svatko razuman prihvatio, kako unaprijed znati što će djelovati, a što ne te kako „neodoljivom komunikacijom“ doći do veće prodaje i dobiti.

CILJEVI I KORISTI NLP TRENINGA?

- Bolje razumijevanje vlastitih i tuđih reakcija i postupaka,
- Bolje upravljanje vlastitim ponašanjem i doživljavanjem, veću samokontrolu i učinkovitost,
- Znanje kako kreirati poticajnu atmosferu u odnosima s drugima,
- Znanja i vještine za postizanje unutrašnje ravnoteže, presudne u emocionalno zahtjevnim situacijama,
- Spoznavanje jezičnih obrazaca za motiviranje sugovornika
- Unaprjeđenje vještina intervjuiranja, vođenja sastanaka, prezentiranja, coachinga, prodaje, pregovaranja...

PRIČA O USPJEHU



MERCURI
international

Osnovan u Švedskoj šezdesetih godina prošlog stoljeća od strane industrijalaca Kurta Abrahamsona na ideji da strategija nije ništa bez izvršenja, metodologija Mercuri Internationala usmjerena na rezultate pretvorila se u današnju globalnu prisutnost.

Naš uspjeh izravan je rezultat kombiniranja pomno odabranih stručnjaka i eksperata s jakim vrijednostima i jasnom misijom. Naša postignuća su izravno povezana s postignućima naših klijenata. Partnerstvo je ono što stvara uspjeh, kako globalno tako i lokalno.

Kroz organski rast i akvizicije, Mercuri Grupa se etablirala kao vodeća svjetska konzultantsko trenerska kompanija za razvoj prodaje.

MERCURI
international

info@mercuri.hr
mercuri.hr