

Curs deschis: KEY ACCOUNT MANAGEMENT



Key account management

Durata: două zile

Grupul țintă: persoane din vânzări – nivel avansat

Preambul

Ca vânzător, cum te poți diferenția în fața unui client mare, care este asaltat de majoritatea furnizorilor de soluții similare cu a ta, dar cu prețuri mai mici decât cele pe care le promovezi?

Pe parcursul demersului de vânzare, cum te asiguri că stai de vorbă cu cine trebuie și că îi spui ce trebuie? Cum faci diferența dintre lucrurile pe care le poți influența și cele asupra cărora nu ai nicio putere, dar, în schimb, ocupându-te de ele, risipești timp, efort și bani? Filozofia reușitei în conturile cheie are la bază formula:

Succes = Relație (Oportunitate) + Viziune (Valoare) + Decizie (Schimbare)

Acest modul propune o abordare structurată a vânzării de soluții în conturi cu grupuri decizionale complexe. La sfârșitul lui, participanții vor deține o serie de instrumente menite să potențeze demersul de vânzare privind către cele 2 dimensiuni ale managementului conturilor cheie: **managementul relației** și **managementul oportunităților**.

Obiective

În urma acestui modul, participanții vor:

- Cunoaște elementele esențiale ale vânzării de valoare, cea percepută de client, provenită din necesitățile sale specifice, din așteptări și priorități ale propriului business;
- Putea folosi o metodologie de vânzare proprie conturilor cheie;
- Ști să trateze un grup decizional cu centrul puterii și influenței ca factori de judecată a valorii prin relație

Capitole parcurse

- Metodologia de account management
 - Înțelegerea mediului de business al clientului
 - Identificarea și confirmarea planurilor de viitor ale clientului
 - Stabilirea viziunii de cumpărare împreună cu clientul
 - Identificarea și calificarea oportunităților sponsorizate
 - Dezvoltarea soluției împreună cu clientul
 - Închiderea vânzării
 - Monitorizarea implementării, verificarea îndeplinirii condițiilor de satisfacție
- Grup decizional. Harta relațiilor în cont
- Aplicații critice. Lanțul durerii
- Viziunea schimbării
- Strategia de atac
- Propunerea de valoare (pentru fiecare și pentru toți membrii grupului decizional)
- Evaluarea șanselor de succes
- Angajamentul executivului