

Sistemātiska pārdošanas plānošana

Dalībnieki:

Pārdošanas pārstāvji un vadītāji, kuri ikdienā organizē un veic pārdošanas aktivitātes, bieži kontaktējoties ar klientiem, piedāvājot preces vai pakalpojumus

Mērķis:

Dot dalībniekiem metodes un idejas pārdošanas darba ar klientiem mērķtiecīgākai plānošanai, lai sasniegtu augstākus pārdošanas rezultātus

Metodika:

Ar pārdošanas darba datortsimulācijas palīdzību, komandas sacenšas augstāku rezultātu sasniegšanā, pielieto apgūtās metodes sava pārdošanas darba sistemātiskākai plānošanai

“Sistemātisks darbs ar klientu - prognozējamāks rezultāts!”

”



Nozīmīgākās tēmas:

Pārdošanas plānošanas nozīme

- faktori, kas ietekmē rezultātu
- rezultāta sasniegšanai nepieciešamais ieguldījums
- sistemātiskas pārdošanas nozīme augstāku rezultātu sasniegšanā

Klientu platforma nākotnes rezultātu prognozēšanai

- platformas izmantošana pirkšanas potenciāla precīzākai novērtēšanai
- klientu platformas pirkšanas un darba apgabali
- savas klientu platformas sistemātiska veidošana

Laika plānošana kā pamats mērķtiecīgam darbam ar klientiem

- laika izlietojums darbam ar dažādām klientu / produktu grupām
- sava darba laika izmantošanas kontrole
- kā palielināt pārdošanai veltīto laiku
- dažādu pārdošanas aktivitāšu ietekme uz rezultātiem

Darba ar nozīmīgākajiem klientiem organizēšana

- pārdošanas darba ar klientiem būtiskākie soļi
- plānošanas metodes pārdošanas darba sistemātiskākai veikšanai
- prioritāšu noteikšana darbam ar nozīmīgākajiem / pārējiem klientiem

Sava pārdošanas darba sistemātiska plānošana

- iepriekšējās sadarbības ar klientiem novērtēšana
- pārdošanas mērķa izvirzīšana klientam
- vajadzīgo pārdošanas aktivitāšu plānošana

Individuālais pārdošanas plāns darbam ar TOP 10 nozīmīgākajiem klientiem