

Pārdošanas uzņēmuma izaugsmes veicināšana

Dalībnieki:

Uzņēmumu vadītāji, īpašnieki un pārdošanas vadītāji, kuri ir atbildīgi par uzņēmuma pārdošanas mērķu sasniegšanu un nosaka veidu, kā uzņēmumā tiek organizēts un veikts darbs ar klientiem

Mērķis:

Novērtēt esošo veidu, kā uzņēmumā tiek organizēts darbs ar klientiem, lai saskatītu iespējas darba ar klientiem pilnveidošanai

Metodika:

Sava uzņēmuma situācijas, sasniegto rezultātu un darba metožu novērtēšana, lai atrastu tās jomas uzņēmuma darbībā, kurās jāveic būtiski uzlabojumi augstāku rezultātu sasniegšanai

Sagatavošanās darbi:

3rd Millennium Digital Check – sava uzņēmuma situācijas pašnovērtējums

Sava uzņēmuma finanšu rādītāju apkopošana



Ceļš no idejas līdz rezultātam apdomāts un saplānots!



Nozīmīgākās tēmas:

Iemesli uzņēmuma stagnācijai

- izmaiņas klientu ieradumos – drauds pārdošanas efektivitātei nākotnē
- tipiskākie šķēršļi veiksmīgai izaugsmei

Pārdošanas rezultātu paaugstināšanas iespēju novērtēšana

- esošo klientu segmentu ietilpības novērtēšana
- Differentiated Selling™ pieeja pārdošanas situācijas noteikšanai
- efektīvāka pārdošanas procesa noteikšana

Efektīvāku palīginstrumentu nodrošināšana

- risinājumi pārdošanas procesa automatizēšanai
- digitālā satura izmantošana uzņēmuma tēla komunikēšanai

Pārdošanas komandas mērķtiecīgāka virzīšana

- piemērotāko pārdošanas metožu noteikšana
- klientiem veltītā pārdevēju laika palielināšana
- pārdevēju darba virzīšana un koriģēšana

Vadītāja loma izaugsmes panākšanā

- vajadzīgo pārmaiņu pārdomāta izvēle
- pārmaiņu ieviešanas soļu plānošana

Pārdošanas rezultātu paaugstināšanas plāna veidošana