

Kam:

Pārdošanas komandām un profesionāļiem, kuriem vajag vadlīnijas, iemaņas un paņēmienus ikdienas pārdošanas sarunu rezultativitātes uzlabošanai.

Izaicinājums:

Pārdevēji un pārdošanas vadītāji daudz laika velta *vakardienai*, piemēram, rezultātiem un *šodienai* – situāciju tirgū. Bet rezultātu aplūkošana tos neuzlabo. Situācijas apspriešana to neizmaina. Kā pārdošanas komandām uzlabot *rītdienu*?

Apņēmīgi cilvēki saka – saplānosim aktivitātes un rīkosimies: sūtīsim e-pastus, zvanīsim, dosimies vizītēs! Tomēr pieredzējuši vadītāja zina – ar apņēmību vien nepietiek. Pēc neveikla zvana vai lempīgas vizītes klients var būt tālāk no pirkuma, nekā pirms neveiksmīgās aktivitātes.

Šī atziņa novada pie jau niansētākiem jautājumiem. Kā vadīt sarunu? Kā izzināt Klienta Vajadzības? Kā parādīt produkta Vērtību? Kas ir un kas nav Priekšrocības? Kā Klientu virzīt uz vienošanos vai izzināt Iebildumus? Kā aizstāvēt produkta Cenu? Cik izmaksā Atlaide un ko izmantot Atlaides vietā? Kas jāizdara, lai it kā cerīga iespēja pārvērstos taustāmā darījumā?

Par to detalizētāk – Kārlis Apkalns seminārā “Efektīva Darījumu Vadība”.

Kursa ieguvumi:

Pārdevēju uzlabota spēja pārdošanas iespējas (*opportunities*) pārvērst (*conversion*) darījumos caur:

- Precīzu izpratni par pārdošanas sarunas struktūru
- Apskatītām pārdevēju biežākajām kļūdām un risinājumiem to labošanai
- Apgūtām katram pārdošanas sarunas posmam būtiskākajām iemaņām
- Atkārtošanai un iemaņu uzturēšanai parocīgiem izdales materiāliem

Treneris:

Kārlis Apkalns, MBA (Rīgas Biznesa skola)

- Rīgas Juridiskās augstskolas (RGSL), Rīgas Ekonomikas augstskolas (SSE Rīga) pasniedzējs
- Latvijas vadošajās reklāmas aģentūrās strādājis ar *Coca-Cola*, *Electrolux*, *Statoil*, *SEB*, *Rietumu banka*, *AB.LV* u.c.
- bijis *IBM* un *Scania* mārketinga vadītājs Latvijā
- veicis pētījumus par Latvijas valsts tēla komunikāciju
- vadījis līdzīgas apmācības *Exigen*, *VISMA*, *infogr.am*, *DPA*, *Siemens*, *SAF Tehnika*, *LMT*, *Tele2*, *Lattelecom*, *Transcom*, *Nord Connect*, *BTA*, *Balta*, *Ergo*, *Seesam*, *Trasta Komerbanka*, *Citadele*, *Nordea*, *Reaton*, *Latio*, *TEVA*, *Pfizer*, *Mylan*, *Olainfarm*, *Domino*, *Franks House*, *TNS*, *Toyota*, *Peugeot*, *Volkswagen*, *Ramirent*, *Cramo*, *Wurth*, *Elfa Distrelec*, *Baltic Data*, *Rolling!*, *Lanordija*, *Hanzas Maiznīca*, *3M* u.c.
- raksta vadības un pārdošanas tēmām veltītu blogu www.apkalns.lv



PROGRAMMA (divas dienas, 16 akadēmiskās stundas)

DIENAS	SATURS	VINGRI-NĀJUMI
<p>Diena I</p> <p>VĒRTĪBA</p> <p><small>pilna diena 8 akad. Stundas</small></p>	<p>Ievads – Kas ir pārdošana?</p> <ul style="list-style-type: none"> Kāpēc latvieši nemīl pārdot? <p>Pārdošanas Esence un Būtība</p> <ul style="list-style-type: none"> Kad Klients pērk? <p>Pārdošanas cikls – atvērt, izzināt, prezentēt, noslēgt</p> <ul style="list-style-type: none"> Pārdošanas cikla trīs tipiskās kļūdas <p>Posmi atvērt un izzināt – Sarunas vadība</p> <ul style="list-style-type: none"> Iemaņa Nr.1 – <i>Aktīvā klausīšanās</i> <p>Posms atvērt – Kā atraisīt Klientu sarunai?</p> <p>Posms izzināt – Kādas mēdz būt Klienta vajadzības?</p> <ul style="list-style-type: none"> Kā sarunai pieejamais laiks maina izzināšanu? <p>Posms prezentēt – Kā parādīt piedāvājuma Vērtību?</p> <ul style="list-style-type: none"> Iemaņa Nr.2 – Vērtības formula <p>Mājas darbs, to paraugi un piemēri</p> <ul style="list-style-type: none"> Vērtības formula 	<p>Sarunas kontroles vingrinājums</p>
<p>Diena II</p> <p>DARĪJUMS</p> <p><small>pilna diena 8 akad. stundas</small></p>	<p>Mājas darbu (Brīvais produkts) prezentācija, ar video</p> <ul style="list-style-type: none"> Kopīga analīze – Ko varu no Kolēģa iemācīties? <p>Posms prezentēt – Priekšrocību pasniegšana Klientam</p> <ul style="list-style-type: none"> Kas ir, kas nav Priekšrocības? <p>Posms noslēgt – Cenas pārdošanas posts</p> <ul style="list-style-type: none"> Skumjāko cenas pārdošanas piemēru izlase <p>Posms noslēgt – Atlaide un tās izmaksas kompānijai</p> <ul style="list-style-type: none"> Kā taupīt Klienta izmaksas nesamazinot Cenu? <p>Posms noslēgt – Kā panākt Vienošanos vai atklāt Iebildumu?</p> <ul style="list-style-type: none"> Iemaņa Nr.3 – <i>Noslēgšanas tehnikas: Kāpēc un Kā?</i> <p>Apkopojums – Tālākās Izaugsmes Soli un Plāns</p> <ul style="list-style-type: none"> Pārdošana: Māksla? Matemātika? 	<p><i>Brīvā produkta Vērtības celšana</i></p> <p>Personīgās attīstības plāns</p>

Kursa forma:

- Lekcijas un diskusijas
- Personīgās pieredzes analīze un sistematizēšana
- Mājas darbi, to fiksēšana video un kopīgās pieredzes analīze