“ KEY ACCOUNT MANAGEMENT – Управление Ключевыми Клиентами”

Продолжительность 3 дня по 3 часа + домашние задания
Целевая аудитория: продавцы B2B всех уровней, региональные и территориальные менеджеры, словом, все те, кто имеет опыт продаж и хочет развивать свои способности продавать решения в соответствии с приоритетами клиентов

Особенности программы:
Менеджер по работе с ключевыми клиентами, или, как представителей данной профессии называют в бизнес-среде, «чемпион продаж», – это важнейшая фигура в деятельности любой фирмы. Он ведет всего около 20% клиентов компании, но именно эти 20% клиентов дают 80% оборота или прибыли. Работа с ключевыми клиентами – это постоянная возможность увеличивать продажи или оставлять их на стабильно высоком уровне. И самое главное – это стабильность, которую не могут «пообещать» фирме никакие другие клиенты, партнеры, контрагенты

Ключевые результаты программы:
- Продавцы разделяют понятия «клиента B2B» и «ключевого клиента» и соответственно распределяют усилия при работе с ними
- Продавцы определяют истинные потребности и приоритеты ваших клиентов с помощью модели TACK FIND®
- Продавцы понимают «расстановку сил» у ключевого клиента
- Продавцы умеют предупреждать или минимизировать возражения клиента

После прохождения курса участники смогут:
- анализировать текущего клиента с различных точек зрения
- оценить свои конкурентные преимущества и увидеть себя глазами своих клиентов
- согласовывать политические, стратегические и тактические цели продавца и покупателя
- формулировать выгоды взаимного сотрудничества
- нейтрализовать или минимизировать влияние конкурентов

Обсуждаемые темы:
- Понятие ключевого клиента
  - Уровни стратегического внимания
  - Анализ с точки зрения конкурентов
  - Анализ с точки зрения рыночной позиции
  - Матрица взаимоотношений
- Изучение ключевого клиента
  - Мотиваторы к заключению сделки
  - Критерии принятия решения
  - Матрица сравнения с конкурентами
- Работа с ключевым клиентом
  - Создание дополнительной ценности продукта
  - Управление возражениями