

Διοίκηση και οργάνωση πωλήσεων

Sales management σε περιβάλλοντα B2B

Τι σημαίνει οργανωτική δομή δρομολογίου;

Τεχνικές οργάνωσης δρομολογίων για βέλτιστα αποτελέσματα πωλήσεων. Τεχνικές μεγιστοποίησης αριθμού επισκέψεων ανά δρομολόγιο. Προσδιορισμός / αναθεώρηση περιοχών πωλήσεων. Club πελατών και ταξινόμηση τους στις κατηγορίες 48, 24, 12, 6, 4, 2 & 0. Η τεχνική «πρόσω ολοταχώς» και η πιο κατάλληλη προτροπή για πωλήσεις εκτός έδρας.

Πως γίνεται η πρόβλεψη – κατάρτιση δρομολογίων έκαστου πωλητή;

Προγραμματισμός δρομολογίων. Βέλτιστο έργο πωλήσεων ανά δρομολόγιο, στη λογική του βραχυ-μεσοπρόθεσμου θερισμού πωλήσεων. Καταπολέμηση τοξικών πεποιθήσεων που μειώνουν πωλήσεις. Πελάτες-ευκαιρίες, πελάτες-απειλές/χασίματος χρόνου

Ποια η καλύτερη δυνατή έναρξη ενός δρομολογίου;

Η τεχνική της ισορροπίας. Η τεχνική της ελεύθερης προσχεδιασμένης επιλογής. Η τεχνική της διαδικασίας. Η διάκριση των πελατών σε κοκόρια και κουκουβάγιες. Κατάλληλες ερωτήσεις για βολικά ραντεβού.

Ποια είναι τα μέσα επίτευξης σοβαρών πωλήσεων; Καθώς τρέχει το δρομολόγιο πως ξέρουμε ότι όλα θα πάνε καλά;

Πρακτικά ημερολόγια. Η τσάντα πωλήσεων και τα περιεχόμενά της. Ο θερισμός πωλήσεων και η σπορά επαφών. Μικρές – μεσαίες – μεγάλες τορπίλες. Ξάφρισμα-σκανάρισμα της αγοράς. Οι τεχνικές 20 επί 20 και 30 επί 1

Κατά τη διάρκεια του δρομολογίου τι τεχνικές πρέπει να εφαρμόζει ο πωλητής;

Η αρχή 90-10. Ο φαύλος κύκλος της αναβλητικότητας και πως σπάει. Η τεχνική της ανώτερης στρατηγικής ανά δρομολόγιο.

Λήξη δρομολογίων. Τι ευκαιρίες περιέχει το κλείσιμο έκαστης ημέρας πωλήσεων;

Τα γρήγορα παραδοτέα προς τους πελάτες που μόλις συναντήσαμε. Τεχνικές ακαριαίας εξυπηρέτησης πελατών / υποψηφίων πελατών. Η τεχνική της εγκεφαλικής διείσδυσης ανά πελάτη.

Ποια τα καθήκοντα πωλήσεων ανά δρομολόγιο και πωλητή;

Τεχνικές και πηγες αναζήτησης υποψηφίων πελατών. Αρχεία πελατών και αναπληροφόρηση. Ατομικό management. Καθήκοντα πωλήσεων συμβατά με την υλοποίηση των στρατηγικών της εταιρείας για τις πωλήσεις και το marketing.

Πως η προετοιμασία πωλήσεων οδηγεί σε ακαριαίες πωλήσεις;

Τεχνικές καθαρής πώλησης. Καθορισμός των στόχων των πωλήσεων. Κατανόηση της συμπεριφοράς του αγοραστή. Προετοιμασία για τις διαπραγματεύσεις πωλήσεων.

Ποιες δεξιότητες της προσωπικής πώλησης οδηγούν σε ακαριαία πώληση.

Τεχνικές ουσιαστικού ανοίγματος νέων πελατών. Τεχνικές πώλησης με βάση τους πελάτες του πελάτη που έχει ο πωλητής ενώπιόν του. Η παρουσίαση και η επίδειξη από την πλευρά του πωλητή και όχι του πελάτη. Οι πωλήσεις μέσω συστάσεων και πως κλιμακώνονται.

Πως καλωσορίζουμε τις αντιρρήσεις του πελάτη και μέσω αυτών οδηγούμαστε σε ακαριαία πώληση.

Τεχνικές αντιμετώπισης αντιρρήσεων σε 7 βήματα. Σύνδεση των αντιρρήσεων με τις διαπραγματεύσεις ως το καταλληλότερο υπόστρωμα για το κλείσιμο της πώλησης.

Πως τιμολογούμε άμεσα διάφορες κατηγορίες πελατών;

Τεχνικές ανάπτυξης σχέσεων με όλους τους τύπους πελατών στην λογική της ανάπτυξης του key account management, στη λογική της εφαρμογής της δραστηκής πώλησης και της γρήγορης παράδοσης πάσης φύσεως παραδοτέων εργασιών προς πελάτες.

Πως φροντίζουμε πελάτες; Πως τους ξαφνιάζουμε και πως γίνονται διαφημιστές μας;

Τακτικές πωλήσεων μέσω σχέσεων. Άμεσο marketing με στόχο την ακαριαία πώληση και την αύξηση της εταιρικής φήμης και της προσωπικής φήμης του πωλητή.

Lean Management

6945718888, 2107667288

info@e-management.gr

www.e-management.gr