

Satış becerilerini geliştirme eğitim danışmanlık hizmetleri

Bilindiği gibi, hizmet sektörünün biçiminde ve niteliklerindeki değişimle birlikte, geleneksel satıcılık anlayışı da yerini profesyonel bir bakış açısına bırakmış, müşteri profilindeki ve beklentilerindeki farklılaşmalar da “Kişisel Hizmet” denilen insana dayalı hizmeti ön plana çıkarmıştır. İşte bu eğitim de, bu anlayışla birlikte değişen satış tekniklerini ve profesyonel satış danışmanlığını tartışarak, katılımcılara yine müşteri odaklı satış becerileri kazandırmayı amaçlıyor.

Neler Paylaşacağız?

MÜŞTERİ MUTLULUĞU

- Örnek Olay: “İşimiz İnsanları Mutlu Etmek”
- 21. Yüzyılda Dünyadaki Yeni Ekonomik Düzenin Müşteriye Bakış Açısına, Pazarlama ve Satış Stratejilerine Yansımaları
- Örnek Olay: “Fark Yaratın”
- İnsanlar Neden Satın Alırlar? İhtiyaç – Fayda – Kalite Bileşkesi
- Müşteri İçin Değer Yaratmak
- Müşteri Mutluluğunun Önemi Nedir?
- Müşteriler Mutlu Olmadıkları Zaman Neler Yaparlar?
- Bir Müşteriyi Kazanmanın ya da Kaybetmenin Bir Kuruma ve O Kurumun Çalışanlarına Etkileri Nelerdir?
- Müşterilerinizin Mutlu Olduklarından Emin Misiniz?
- Müşteriler Sizden Neden Vazgeçer?

- Müşteri Mutluluğunu Sağlamak İçin “İyi Ürün” Yetmez, “İyi Hizmet” de Gerekir
- Hizmetin Özellikleri ve Hizmet Üretmek İle Ürün Üretmek Arasındaki Farklar
- Grup Çalışması: “Müşteriler Ne Bekler?”
- Hizmetin İki Boyutu: Teknik ve Kişisel Hizmet
- Kişisel Hizmetin Önemi ve Özellikleri
- Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler
- Örnek Olay: “Uzman Gözüyle Hizmet Kalitesi”
- Hepimiz Birbirimizin Müşterisiyiz: Kalite Zincirinde İç Müşteri – Tedarikçi İlişkileri ve Dış Müşteriye Yansımaları
- Grup Çalışması: “Müşteri İlişkilerimizi Geliştirmek İçin...”
- Müşteri İlişkileri ve İlişkisel Pazarlama’da Önemli Noktalar
- Satış, Pazarlama ve Müşteri İlişkilerinde Toplam Kalite Yönetimi
- Örnek Olay: “Gülümseyin, Sahnedesiniz”
- Müşteri Sadakati Yaratmak ve Rekabet Avantajları Yakalamak İçin Altın Kurallar

SATIŞ DANIŞMANLIĞI

- Satış Nedir? Ne Değildir?
- Satışın Pazarlamadaki Yeri ve Önemi
- Satışın Temel Öğeleri
- Grup Çalışması: “Mükemmel Satıcılar”
- Danışman, Problem Çözücü ve Profesyonel Ortak Olmak
- Danışmanlık İlişkisinin Özellikleri

- Mesleğin Avantajları ve Bireysel Gelişime Katkıları
- Mesleğin Zorlukları ve Zorluklarla Başa Çıkabilme Yolları
- Satış Danışmanlığı İçin Gereken Temel Beceriler
- Test: Satış Becerilerim Özdeğerlendirme
- Test: Satış Yaklaşımı Analizi

SATIŞTA İLETİŞİM VE MÜŞTERİ İLİŞKİLERİ

- İletişim ve Algılama Süreci
- Konuşma
- Takım Oyunu: “Hangisi Kayıp?” - Ne Kadar İyi Bir Konuşmacı ve Ne Kadar İyi Bir Dinleyiciyiz?
- Egzersiz: “Sözcüklerin Dili”
- Takım Oyunu: “Bütünü Oluşturma” ve “Bakmadan Çizmek” - Nasıl İyi Konuşmacı Olabiliriz?
- Egzersiz: Ses ve Nefesi Doğru ve Etkileyici Biçimde Kullanmak
- Egzersiz: Konuşmanın Müziği Olan Tonlama ve Vurgulamalar
- Egzersiz: Sıkça Yapılan Yanlışlar ve Konuşmada Gerekli Olan Çeşitli Üsluplar
- Sözel Zekamızı Geliştirmeye Yönelik Egzersizler
- Dinleme ve Soru Sorma Becerileri
- Nasıl İyi Bir Dinleyici Olabiliriz?: Aktif Dinleme, Soru Sorma ve Sorulara Yanıt Verme İlkeleri
- Dinleme Becerilerini Geliştirmeye Yönelik Egzersizler
- Beden Dili
- Satışta Beden Dilinin Önemi ve Özellikleri

- Egzersiz: “Beden Dilimiz Neler Anlatıyor?”
- Takım Oyunu: “Hangisinin Mesleđi Hangisi?”
- Beden Dilinin Ögeleri ve Verilen Mesajların Analizi
- Video Klip: “Olumlu ve Olumsuz Etki Bırakan Sözsüz Mesajlar”
- İletişim Çatışmaları ve Empati
- İletişim Çatışmalarına Neden Olan Kalıplaşmış Düşüncelerimiz
- Yapıcı (Destekleyici) ve Yıkıcı (Savunmacı) İletişim Biçimleri
- Test: “Empatik Beceri Ölçeđi”
- Empatiyi Başarmak

SATIŞ SÜRECİ

- Takım Oyunu: “Tuhaf Çarşı”
- Satış İçin Hazırlık ve Planlama
- Ürün – Hizmet Bilgisi
- Müşteriyi Tanımak
- Pazarı ve Rakipleri Tanımak
- Şirketimizi ve Müşteriyle İlişkileri Tanımak
- Hedef Belirlemek
- Satış Görüşmesi Süreci
- Ziyaret İçin Ön Görüşme
- Satışta 4 Önemli Faktör: Dikkat, İlgi, İstek, Eylem
- Açılış Teknikleri ve İlk İzlenimde Önemli Noktalar
- Müşterinin İsteğini / İhtiyacını Anlamak

- Soru Sorma Amaçları ve Teknikleri
- Açık ve Kapalı Sondaj
- Müşterilerin Psikolojik Profilleri ve Farklı Müşteri Tipleri Karşısında Uygun Yaklaşımlar
- Ürünün – Hizmetin Etkileyici Sunumu: Müşterinin Tüm Duyularına Hitap Etmek
- Faydaların Satışı ve Müşteri İçin Değer Yaratmak
- Fiyatı Sunmak
- İtiraz Türleri ve İtirazları Satışa Dönüştürmek İçin İpuçları
- Satın Alma Sinyalleri
- Müşteriyi ve Kararını Destekleme
- Satışı Kapatmak
- İlave Satış Yapma Teknikleri
- Zor Durumlarla Başa Çıkabilmek
- Satışta Başarısızlığın 5 Temel Nedeni
- Yaratıcı Satışta 16 Alan
- Takım Oyunu: “Fikir Satmak”
- Değerlendirme
- Satış Sonrası İzleme ve Satış Sonrası Hizmetler
- Egzersizler: “Ben Ne Yapabilirim?”
- Rol Oynama: Satış Görüşmesi Uygulamaları

TELEFONLA SATIŞ

- Telefonla Satışın Özellikleri ve Farklılıkları
- Telefonda Konuşma Davranışının Önemi ve Boyutları
- Müşteriyi Telefonda Karşılama ve Kurumu Temsil Etmek
- Telefon Konuşmamızla Karşımızdaki Kişiyi Etki Alanımıza Almak, Güven Kazanmak ve Bizi Dinlemeye İkna Etmek
- Olumsuz Duyguları Telefona Taşımamak
- Uygun Zamanda Aramak
- Telefon Kayıtlarının Tutulması: Mesajların Doğru Alınması ve İletilmesi
- Telefonu Yönlendirme, Beklemeye Alma
- Telefonla Satışta Özel Durumlar
- Telefonda İtirazları Karşılama
- Uygulamalar: Portatif Telefonlar Kurularak Telefonla Satış Uygulamaları Gerçekleştirilir

MÜŞTERİ ŞİKAYETLERİ

- Test: "Müşteri Şikayetlerine Yönelik Şirket Kültürü Analizi"
- Örnek Olay: "Hata Kimde?"
- Şikayet Eden Bir Müşterinin Kurum İçin Anlamı
- Müşterinin Şikayetine Ne Zaman Yanıt Verilmeli?
- Müşterinin Şikayetine Yanıt Vermek Yeter Mi?
- Müşteriler Aldıkları Yanıttan Mutlu Olmadıkları Zaman Neler Yaparlar?
- Müşteriyi Mutlu Etmeyen Bir Yanıt Nelere Mal Olur?
- Örnek Olay: "Erol'un Telefon Faturası"

- Şikayetleri Etkin Biçimde Karşılama ve Yanıtlama Yöntemleri
- Sözlü Şikayetler
- Yazılı Şikayetler
- Zor Durumlarla Başa Çıkabilmek
- Müşteri Şikayetlerinin Analizinde ve Değerlendirilmesinde Kullanılabilecek Teknikler
- Kurumsal Şikayet Politikasının Oluşturulması ve Uygulamada Dikkat Edilecek Noktalar
- Müşteri Şikayetlerini Rekabet Avantajına Çevirmek İçin Altın Kurallar

Bilindiği gibi, hizmet sektörünün biçiminde ve niteliklerindeki değişimle birlikte, geleneksel satıcılık anlayışı da yerini profesyonel bir bakış açısına bırakmış, müşteri profilindeki ve beklentilerindeki farklılaşmalar da “Kişisel Hizmet” denilen insana dayalı hizmeti ön plana çıkarmıştır. İşte bu eğitim de, bu anlayışla birlikte değişen satış tekniklerini ve profesyonel satış danışmanlığını tartışarak, katılımcılara yine müşteri odaklı satış becerileri kazandırmayı amaçlıyor.

Neler Paylaşacağız?

MÜŞTERİ MUTLULUĞU

- Örnek Olay: “İşimiz İnsanları Mutlu Etmek”
- 21. Yüzyılda Dünyadaki Yeni Ekonomik Düzenin Müşteriye Bakış Açısına, Pazarlama ve Satış Stratejilerine Yansımaları
- Örnek Olay: “Fark Yaratın”
- İnsanlar Neden Satın Alırlar? İhtiyaç – Fayda – Kalite Bileşkesi
- Müşteri İçin Değer Yaratmak

- Müşteri Mutluluğunun Önemi Nedir?
- Müşteriler Mutlu Olmadıkları Zaman Neler Yaparlar?
- Bir Müşteriyi Kazanmanın ya da Kaybetmenin Bir Kuruma ve O Kurumun Çalışanlarına Etkileri Nelerdir?
- Müşterilerinizin Mutlu Olduklarından Emin Misiniz?
- Müşteriler Sizden Neden Vazgeçer?
- Müşteri Mutluluğunu Sağlamak İçin “İyi Ürün” Yetmez, “İyi Hizmet” de Gerekir
- Hizmetin Özellikleri ve Hizmet Üretmek İle Ürün Üretmek Arasındaki Farklar
- Grup Çalışması: “Müşteriler Ne Bekler?”
- Hizmetin İki Boyutu: Teknik ve Kişisel Hizmet
- Kişisel Hizmetin Önemi ve Özellikleri
- Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler
- Örnek Olay: “Uzman Gözüyle Hizmet Kalitesi”
- Hepimiz Birbirimizin Müşterisiyiz: Kalite Zincirinde İç Müşteri – Tedarikçi İlişkileri ve Dış Müşteriye Yansımaları
- Grup Çalışması: “Müşteri İlişkilerimizi Geliştirmek İçin...”
- Müşteri İlişkileri ve İlişkisel Pazarlama’da Önemli Noktalar
- Satış, Pazarlama ve Müşteri İlişkilerinde Toplam Kalite Yönetimi
- Örnek Olay: “Gülümseyin, Sahnedesiniz”
- Müşteri Sadakati Yaratmak ve Rekabet Avantajları Yakalamak İçin Altın Kurallar

SATIŞ DANIŞMANLIĞI

- Satış Nedir? Ne Değildir?

- Satışın Pazarlamadaki Yeri ve Önemi
- Satışın Temel Öğeleri
- Grup Çalışması: “Mükemmel Satıcılar”
- Danışman, Problem Çözücü ve Profesyonel Ortak Olmak
- Danışmanlık İlişkisinin Özellikleri
- Mesleğin Avantajları ve Bireysel Gelişime Katkıları
- Mesleğin Zorlukları ve Zorluklarla Başa Çıkabilme Yolları
- Satış Danışmanlığı İçin Gereken Temel Beceriler
- Test: Satış Becerilerim Özdeğerlendirme
- Test: Satış Yaklaşımı Analizi

SATIŞ SÜRECİ

- Takım Oyunu: “Tuhaf Çarşı”
- Satış İçin Hazırlık ve Planlama
- Ürün – Hizmet Bilgisi
- Müşteriyi Tanımak
- Pazarı ve Rakipleri Tanımak
- Şirketimizi ve Müşteriyle İlişkileri Tanımak
- Hedef Belirlemek
- Satış Görüşmesi Süreci
- Ziyaret İçin Ön Görüşme
- Satışta 4 Önemli Faktör: Dikkat, İlgi, İstek, Eylem
- Açılış Teknikleri ve İlk İzlenimde Önemli Noktalar

- Müşterinin İsteğini / İhtiyacını Anlamak
- Soru Sorma Amaçları ve Teknikleri
- Açık ve Kapalı Sondaj
- Müşterilerin Psikolojik Profilleri ve Farklı Müşteri Tipleri Karşısında Uygun Yaklaşımlar
- Ürünün – Hizmetin Etkileyici Sunumu: Müşterinin Tüm Duyularına Hitap Etmek
- Faydaların Satışı ve Müşteri İçin Değer Yaratmak
- İtiraz Türleri ve İtirazları Satışa Dönüştürmek İçin İpuçları
- Satın Alma Sinyalleri
- Müşteriyi ve Kararını Destekleme
- Satışı Kapatmak
- İlave Satış Yapma Teknikleri
- Zor Durumlarla Başa Çıkabilmek
- Satışta Başarısızlığın 5 Temel Nedeni
- Yaratıcı Satışta 16 Alan
- Takım Oyunu: “Fikir Satmak”
- Değerlendirme
- Satış Sonrası İzleme ve Satış Sonrası Hizmetler
- Egzersizler: “Ben Ne Yapabilirim?”
- Rol Oynama: Satış Görüşmesi Uygulamaları

Çağdaş kitle iletişim araçlarının sağladığı pek çok olanağa rağmen, iletişim alternatiflerinden telefonla ve yüzyüze iletişim, müşteriler tarafından hala en fazla tercih edilen yöntemler. Telefonla satışta da satış personelinin profesyonelliği ve kişisel hizmet kalitesi, kurumun ve sunulan ürünün / hizmetin kalitesi hakkında müşterilere bir fikir veriyor; satış personelinin kişisel hizmet

kalitesi ve satış becerileri yüksekse, ürünün / hizmetin satış olasılığı artıyor, düşükse de azalıyor. “ Telefonla Satış Becerilerimi Geliştiriyorum” eğitimi, müşterilerle telefonla iletişime geçen satış personelinin, bu becerilerini geliştirmeyi hedefleyerek hazırlanmış etkileşimli bir programdır.

Bu program sonunda katılımcılar;

- Hizmet sektörü ve hizmette kalite konusunda bilgi sahibi olacak ve kaliteli hizmet üretme konusunda olumlu tutum geliştirecekler,

- Telefonla iletişimin temel ilkeleri konusunda bütünsel bir bakış açısı geliştirecek, uygulamalarla doğru, güzel ve etkileyici konuşma yapma, dinleme ve soru sorma becerilerini geliştirme olanağı bulacaklar,

- Telefonla satış yapmanın etkili ve garantili yöntemleri hakkında bilgi altyapısını oluşturarak uygulamalarla desteleme ve düşük maliyetli bu satış yöntemini yüksek verim ve gelire dönüştürme olanağı bulacaklar,

- Ve telefonla satışı, müşteri bağlılığı yaratmada bir rekabet avantajına dönüştürmeyi sağlayacak altın önerilere ulaşabilecekler.

Neler Paylaşacağız?

MÜŞTERİ MUTLULUĞU

- Örnek Olay: “İşimiz İnsanları Mutlu Etmek”

- 21. Yüzyılda Dünyadaki Yeni Ekonomik Düzenin Müşteriye Bakış Açısına, Pazarlama ve Satış Stratejilerine Yansımaları
- Örnek Olay: “Fark Yaratın”
- İnsanlar Neden Satın Alırlar? İhtiyaç – Fayda – Kalite Bileşkesi
- Müşteri İçin Değer Yaratmak
- Müşteri Mutluluğunun Önemi Nedir?
- Müşteriler Mutlu Olmadıkları Zaman Neler Yaparlar?
- Bir Müşteriyi Kazanmanın ya da Kaybetmenin Bir Kuruma ve O Kurumun Çalışanlarına Etkileri Nelerdir?
- Müşterilerinizin Mutlu Olduklarından Emin Misiniz?
- Müşteriler Sizden Neden Vazgeçer?
- Müşteri Mutluluğunu Sağlamak İçin “İyi Ürün” Yetmez, “İyi Hizmet” de Gerekir
- Hizmetin Özellikleri ve Hizmet Üretmek İle Ürün Üretmek Arasındaki Farklar
- Grup Çalışması: “Müşteriler Ne Bekler?”
- Hizmetin İki Boyutu: Teknik ve Kişisel Hizmet
- Kişisel Hizmetin Önemi ve Özellikleri
- Hizmet Kalitesini Etkileyen Faktörler
- Örnek Olay: “Uzman Gözüyle Hizmet Kalitesi”
- Hepimiz Birbirimizin Müşterisiyiz: Kalite Zincirinde İç Müşteri – Tedarikçi İlişkileri ve Dış Müşteriye Yansımaları
- Grup Çalışması: “Müşteri İlişkilerimizi Geliştirmek İçin...”
- Müşteri İlişkileri ve İlişkisel Pazarlama’da Önemli Noktalar
- Satış, Pazarlama ve Müşteri İlişkilerinde Toplam Kalite Yönetimi
- Örnek Olay: “Gülümseyin, Sahnedesiniz”

- Müşteri Sadakati Yaratmak ve Rekabet Avantajları Yakalamak İçin Altın Kurallar

SATIŞ DANIŞMANLIĞI

- Satış Nedir? Ne Değildir?
- Satışın Pazarlamadaki Yeri ve Önemi
- Satışın Temel Öğeleri
- Grup Çalışması: “Mükemmel Satıcılar”
- Danışman, Problem Çözücü ve Profesyonel Ortak Olmak
- Danışmanlık İlişkisinin Özellikleri
- Mesleğin Avantajları ve Bireysel Gelişime Katkıları
- Mesleğin Zorlukları ve Zorluklarla Başa Çıkabilme Yolları
- Satış Danışmanlığı İçin Gereken Temel Beceriler
- Test: Satış Becerilerim Özdeğerlendirme
- Test: Satış Yaklaşımı Analizi

TELEFONLA SATIŞ

- Telefonla Satışın Özellikleri ve Farklılıkları
- Telefonda Konuşma Davranışının Önemi ve Boyutları
- Müşteriyi Telefonda Karşılama ve Kurumu Temsil Etmek
- Telefon Konuşmamızla Karşımızdaki Kişiyi Etki Alanımıza Almak, Güven Kazanmak ve Bizi Dinlemeye İkna Etmek

- Olumsuz Duyguları Telefona Taşımamak
- Uygun Zamanda Aramak
- Telefon Kayıtlarının Tutulması: Mesajların Doğru Alınması ve İletilmesi
- Telefonu Yönlendirme, Beklemeye Alma
- Telefonla Satışta Özel Durumlar
- Telefonda İtirazları Karşılama
- Uygulamalar: Portatif Telefonlar Kurularak Telefonla Satış Uygulamaları Gerçekleştirilir

Çoklu Zeka Yaklaşımı İle Satış Becerilerimi Geliştiriyorum” Programı, “Çoklu Zeka” nın, satıcılık becerilerine etkisini öğrenmek ve öğrenen, araştıran, düşünen, tartışan, yaratan, çözüm üreten ve satışlarını her geçen gün artıran bireyler olmak üzere zihinlerini mümkün olan en üst düzeyde kullanmak isteyen satış personelinin, kendi zeka haritalarını yorumlama becerisi kazanmayı öğrenmeleri ve bu yolla satıcılık becerilerini geliştirmeleri amacıyla hazırlanmış bir Workshop’ tur.

Neler Paylaşacağız?

ÇOKLU ZEKA YAKLAŞIMI

- Beynimiz Nasıl Çalışıyor?
- Çoklu Zeka Teorisi
- Test: “Hangi Zekalarım Gelişmiş?”
- Egzersizler: “Hangi Zekamı Nasıl Geliştirebilirim?”

SATIŞ DANIŞMANLIĞI

- Satış Nedir? Ne Değildir?
- Satışın Pazarlamadaki Yeri ve Önemi
- Satışın Temel Öğeleri
- Grup Çalışması: “Mükemmel Satıcılar”
- Danışman, Problem Çözücü ve Profesyonel Ortak Olmak
- Danışmanlık İlişkisinin Özellikleri
- Mesleğin Avantajları ve Bireysel Gelişime Katkıları
- Mesleğin Zorlukları ve Zorluklarla Başa Çıkabilme Yolları
- Satış Danışmanlığı İçin Gereken Temel Beceriler
- Test: Satış Becerilerim Özdeğerlendirme
- Test: Satış Yaklaşımı Analizi

SATIŞ SÜRECİ

- Takım Oyunu: “Tuhaf Çarşı”
- Satış İçin Hazırlık ve Planlama
- Ürün – Hizmet Bilgisi
- Müşteriyi Tanımak
- Pazarı ve Rakipleri Tanımak
- Şirketimizi ve Müşteriyle İlişkileri Tanımak
- Hedef Belirlemek
- Satış Görüşmesi Süreci

- Ziyaret için Ön Görüşme
- Satışta 4 Önemli Faktör: Dikkat, İlgi, İstek, Eylem
- Açılış Teknikleri ve İlk İzlenimde Önemli Noktalar
- Müşterinin İsteğini / İhtiyacını Anlamak
- Soru Sorma Amaçları ve Teknikleri
- Açık ve Kapalı Sondaj
- Müşterilerin Psikolojik Profilleri ve Farklı Müşteri Tipleri Karşısında Uygun Yaklaşımlar
- Ürünün – Hizmetin Etkileyici Sunumu: Müşterinin Tüm Duyularına Hitap Etmek
- Faydaların Satışı ve Müşteri için Değer Yaratmak
- Fiyatı Sunmak
- İtiraz Türleri ve İtirazları Satışa Dönüştürmek için İpuçları
- Satın Alma Sinyalleri
- Müşteriyi ve Kararını Destekleme
- Satışı Kapatmak
- İlave Satış Yapma Teknikleri
- Zor Durumlarla Başa Çıkabilmek
- Satışta Başarısızlığın 5 Temel Nedeni
- Yaratıcı Satışta 16 Alan
- Takım Oyunu: “Fikir Satmak”
- Değerlendirme
- Satış Sonrası İzleme ve Satış Sonrası Hizmetler
- Egzersizler: “Ben Ne Yapabilirim?”

- Rol Oynama: Satış Görüşmesi Uygulamaları

Bu program sonunda katılımcılar;

- Pazarlamadaki yeni akımlar hakkında bütünsel bir bakış açısı geliştirebilecekler,

- Pazarlama stratejisi belirleme sürecinin adımları hakkında kapsamlı bilgi sahibi olacak ve bu adımları kendi firmalarına uyarlama olanağı yakalayacaklar,

- Pazarlama stratejilerini belirlerken ve harekete geçmek için nasıl bir hareket planı uygulayabilecekleri konusunda bilinç geliştirecekler

- Ve yeni binyılda ayakta kalabilmek için kendi kurumlarına yönelik rekabetçi bir pazarlama stratejisi geliştirip uygulamaya koyarak kurumlarının rekabet gücünü artıracaklardır.

Neler Paylaşacağız?

YENİ YAKLAŞIMLAR

- Veri tabanlı pazarlama

- İlişkisel Pazarlama

- Değer Temelli Pazarlama

- E-Pazarlama

PAZARLAMA STRATEJİSİ BELİRLEME HAZIRLIKLARI

- Hedef ve Amaçlar

- Pazarlama Karması
- Yeni Ürün Karaları
- Firmanın Pazarda Üstleneceği Rol

- Durum Analizi

- Rakip Analizi

- Pazar Analizi

- SWOT Analizi

☒ Güçlü yanlarımız

☒ Zayıf yanlarımız

☒ Pazardaki fırsatlar

☒ Pazardaki tehditler

PAZARLAMA TAKTİKLERİNİN PLANLANMASI

- Ürün

- Fiyatlandırma

- Tutundurma

- Dağıtım

PAZARLAMA STRATEJİSİ BELİRLEME

- Hedef Pazar

- Pazar Bölümlendirme

- Ürün Konumlandırma
- Fiyatlandırma
- Dağıtım
- Satış Noktaları
- Pazarlama İletişimi

HAREKET PLANI

- Hedefe Ulaşmak için Ne Yapmalı?
- Ne Zaman Yapmalı?
- Kim Tarafından Yapılmalı?
- Maliyet Ne Olacak? Satış ve pazarlama çalışanlarının yönetim becerilerini geliştirerek onlara takımlarını daha etkin hale getirecek liderlik özelliklerini kazandırarak, takımın farklı koşullarda, uygun davranışları zamanında uygulayabilecekleri esnekliği kazandırabilecekleri inisiyatif geliştirme niteliklerini yükseltmek

Neler Paylaşacağız?

MÜŞTERİ ODAKLI SATIŞ YÖNETİMİ

- Tüketiciler neden satın alır
- Tüketici satın alma karar süreci
- Kazan / Kazan yöntemi

KIŞISEL SATIŞ

SATIŞ YÖNETİCİSİNİN GÖREVLERİ

BAŞARILI SATIŞ YÖNETİCİSİ OLMAK İÇİN YAPILMASI GEREKENLER

SATIŞ YÖNETİCİSİNİN SAHIP OLMASI GEREKEN NİTELİKLERİ GELİŞTİRME

- Amaç ve hedef belirleme
- Olumlu düşünce, kendine güven
- Azim ve Hırs
- Empati
- Kendini motive etmek

SATIŞ YÖNETİMİNDE STRATEJİ VE UYGULAMA

- Planlama
- Hedef belirleme ve hedefe ulaşmak
- Strateji belirlemek
- Müşterileri konumlandırmak
- Müşteri yönetimi
- Kilit müşteriler
- Bölge yönetimi

SATIŞ GÜCÜNÜN YÖNETİMİ

- Satış gücünün büyüklüğünün tespiti
- Satış temsilcilerinin seçimi
- Satış gücünün motivasyonu
- Satış hedefleri ve kotalar
- Satış gücünün iş başında denetlenmesi
- Satış gücüne iş başında beceri rehberliği
- Satış gücünün performansını değerlendirme
- Sorunlu satıcılarla iletişim
- İşleri delege etmek

SATIŞ YÖNETİCİSİNİN BAŞARI İÇİN KİŞİSEL GELİŞİMİ

- Liderlik
- Ekip ruhu oluşturma
- Zaman yönetimi
- İletişim
- Kara verme
- Beden dili ve kişisel imaj
- Toplantı yönetimi
- Çatışmaları çözme
- Hedef belirleme

Satış ekibinin bayiye zorlayan yaklaşımlardan, stratejik ortaklık anlayışına çevrilmesini ve bayilerdeki etkinliklerini ve verimliliklerini arttırmayı amaçlamaktadır. Katılımcıların kilit müşteri yönetimi konularında bilgi ve becerilerinin geliştirerek, kendi sktölerinde kilit müşteri yönetme stratejisi oluşturmalarını sağlamaktır.

Neler Paylaşacağız?

BAYİ İÇİN DEĞER

- Bayinin değer algılaması
- Satıcının rolü
- Uzun dönemli ortak
- Kazan/Kazan

BAYİNİN BAŞARI ALANLARI

- Satışlar
- Stoklar
- Lojistik
- Çalışanların motivasyonu
- Finansal yapı

BAYİ YÖNETİMİNDE ETKİLİ İLETİŞİM

SATIŞ HEDEFLERİNİN BELİRLENMESİ

SATIŞ TEŞVİK SİSTEMİ

KİLİT MÜŞTERİ YÖNETİMİNİN ESASLARI

- Roller Sorumluluklar
- Kritik Bilgiler
- Satın Alma Noktası

KRİTİK MÜŞTERİ YÖNETİMİ İŞ PLANI

- İş planı oluşturma
- SWOT Analizi
- Hedef Bazlı İş Planı
- Müşteriye Fırsatlar

KİLİT MÜŞTERİ İLE MÜZAKERE

- Talepler Önerileri sıralama
- Aradaki farkları küçültme
- Kazan/Kazan

İşletmenin ilgili birimlerinden gelen katılımcıların temel bankacılık bilgisiyle donanmasını sağlayarak, bankalarla olan ilişkilerinde daha kontrollü ve özgüvenli hareket edebilmelerini sağlamak.

Neler Paylaşacağız?

FONKSİYONLARINA GÖRE BANKALAR

- Merkez Bankası
- Ticari Bankalar
- Yatırım Bankaları
- Kalkınma Bankaları

BANKALARDA YATIRIM ARAÇLARI

- Mevduat
- Repo
- Yatırım Fonları
- Sermaye Piyasası Araçları

BANKALARDA KREDİLENDİRME ARAÇLARI

- Spot Krediler
- Rotatif Krediler
- Borçlu Cari Hesap

KREDİLENDİRME

- Őube yetkili krediler
- Otorize krediler
- Kredilendirmede bankalarca istenenler
- Bankalarda kredilendirme kuralları
- Kefalet