



Profesní a odborná školení

PRODEJ

Obchodník profesionál – cyklus
Obchodní dovednosti I – Základy úspěšného prodeje
Obchodní dovednosti II – Náročné situace v prodeji
Úspěšné domlouvání obchodních schůzek po telefonu
Péče o zákazníka
B2B prodej – budování vztahů a práce s firemními zákazníky
B2B prodej – techniky prodeje a vyjednávání
Obchodní vyjednávání – Zlatá pravidla obchodního vyjednávání
Key Account Management

Obchodník profesionál – cyklus

Úvod

Obchodník, který svoji práci zvládá na skutečně profesionální úrovni, je klíčovou osobou úspěšných firem. V cyklu tří kurzů můžete získat všechny hlavní teoretické i praktické znalosti a dovednosti pro úspěšnou obchodní kariéru. Zkušení obchodníci zde zpravidla naleznou inspiraci v detailech, které jim mohou podstatně usnadnit práci a zvýšit jejich obchodní úspěšnost.

Cíle

- Pochopit postup v jednotlivých etapách obchodního jednání, osvojit si účinnou, praktickou a konkrétní metodu prodeje se zaměřením na cíl.
- Naučit se naslouchat zákazníkovi, pochopit jeho potřeby a motivace a dokázat jej efektivně přesvědčit.
- Naučit se a vyzkoušet si principy jednání v náročných situacích.
- Pochopit a na vlastních obchodních případech si vyzkoušet know-how, které pomáhá řadě profesionálních vyjednávačů připravit úspěšnou strategii pro případ náročného vyjednávání.

Obsah

1. kurz – Obchodní dovednosti I – Základy úspěšného prodeje

- jak úspěšně řídit obchodní jednání,
- příprava návštěvy,
- jak vytvořit pozitivní atmosféru,
- taktika při jednání s klientem,
- uspořádání a přizpůsobení argumentů,
- základní kroky při zpracování námítky,
- příprava další návštěvy.

2. kurz – Obchodní dovednosti II – Náročná situace v prodeji

- pokročilé techniky zvládnutí námitek,
- jak prezentovat cenu, aby se zdála výhodná,
- zvládnutí problematických klientů,
- jak si říci o doporučení,
- uzavření diskuze s cílem prodat.

3. kurz – Obchodní vyjednávání – Zlatá pravidla obchodního vyjednávání

- jednání a vyjednávání
- osobní styl vyjednávače,
- jen dokonalá příprava umožňuje improvizaci,
- pět zlatých pravidel vyjednávání,
- nejčastější chyby a omyly vyjednávačů.

Určeno

Zkušeným i začínajícím obchodníkům a všem, kteří potřebují dobře prodávat produkty, služby, řešení i vlastní myšlenky.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Cyklus se skládá ze tří uvedených kurzů. Cyklus si můžete sestavit z termínů, které jsou uvedeny u jednotlivých kurzů a budou Vám nejlépe vyhovovat.

Pro snazší výběr Vám nabízíme tyto základní varianty termínů:

Termín	Místo	Variabilní symbol
10.–11. 4. + 15.–16. 5. + 12.–13. 6. 2017	Praha	170901
9.–10. 10. + 6.–7. 11. + 4.–5. 12. 2017	Praha	170902

Cena a rozsah

Účastník má možnost zvolit jednu z variant ukončení cyklu a získat:

a) Osvědčení o absolvování cyklu

Cena za 3 kurzy po slevě 10 %: 19 400 Kč (bez DPH), 23 474 Kč (včetně 21 % DPH)
6 dnů

b) Certifikát Gradua-CEGOS

Po absolvování cyklu má účastník možnost přihlásit se k závěrečné certifikační zkoušce, jejíž podmínkou je zpracování a obhájení písemné práce. Po úspěšné obhajobě získá účastník „Certifikát Gradua-CEGOS“.

Cena za zkoušku

4 000 Kč (bez DPH), 4 840 Kč (včetně 21 % DPH)

Při opakování závěrečné zkoušky Vám bude účtován poplatek ve výši 1 000 Kč (bez DPH), 1 210 Kč (včetně 21 % DPH).

Manažer projektu

Mgr. Jakub Ječný
226 006 307, jjecny@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Péče o zákazníka

Obchodní dovednosti I – Základy úspěšného prodeje

Úvod

Průzkumy prokázaly, že celá řada začínajících i zkušených obchodníků dosahuje nižších výsledků, než by odpovídalo jejich potenciálu. Jedním z nejčastějších důvodů je nedodržení některých ze základních pravidel úspěšného prodeje. Prostřednictvím praktického nácviku si každý z účastníků uvědomí, které z jeho postupů jsou správné a které mu naopak brání v dosažení potřebných výsledků.

Cíle

- Osvojit si účinnou a praktickou metodu prodeje.
- Pochopit efektivní postup v jednotlivých etapách obchodního jednání.
- Naučit se klást správné otázky, úspěšně argumentovat a odpovídat na obvyklé námítky.

Obsah

Jak úspěšně řídit obchodní jednání

- metoda prodeje „6P“,
- etapy prodeje.

Příprava návštěvy

- informace, které je nutno shromáždit,
- vypracování cíle návštěvy,
- navržení a sjednání schůzky.

Jak vytvořit pozitivní atmosféru

- síla prvního dojmu – image obchodníka,
- pravidlo „4 x 20“,
- sebe prezentace, prezentace firmy,
- zahájení jednání.

Taktika při jednání s klientem

- aktivní naslouchání – jak slyšet „více, než zákazník říká“,
- techniky „odhalovacího“ rozhovoru,
- vytvoření kvalitního základu pro argumentaci.

Uspořádání a přizpůsobení argumentů

- co to je prodejní argument,
- co obsahuje úspěšný argument,
- metoda dvojnásobné argumentace.

Základní kroky při zpracování námítky

- 2 klíčové kroky při zpracování námítky,
- obnovení dialogu po námítce.

Příprava příští návštěvy

- jak se „nechat pozvat“ na příští návštěvu,
- uzavření obchodního jednání,
- aktivity směřující k zajištění věrnosti klienta.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, testy, hraní rolí, případové studie, soutěže, videotrénink.

Určeno

Začínajícím i zkušeným obchodním zástupcům a prodejcům, kteří si chtějí ověřit správnost svých postupů a najít další možnosti ke zlepšení, a všem, kteří přicházejí do osobního styku s obchodními partnery nebo jsou zaměřeni na obchodní činnost.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín

28.–29. 3. 2017
10.–11. 4. 2017
9.–10. 10. 2017

Místo

Brno
Praha
Praha

Variabilní symbol

170903
170904
170905

Cena a rozsah

7 100 Kč (bez DPH), 8 591 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Mgr. Jakub Ječný
226 006 307, jjecny@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Obchodní dovednosti II – Náročné situace v prodeji, Péče o zákazníka

Navazující oblasti: 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence, 4. Marketing

Obchodní dovednosti II – Náročné situace v prodeji

Úvod

Máte za sebou řadu úspěšných jednání a relativně dobré obchodní výsledky? Přesto se občas dostáváte do náročných situací, u kterých si nejste jisti, zda by se nedaly vyřešit lépe? Tento trénink, který je zaměřen na efektivní zvládání náročných, konfliktních či jinak obávaných situací při prodeji, Vám pomůže získat potřebnou sebejistotu a umožní Vám zdokonalit Vaše stávající dovednosti v oblasti obchodu.

Cíle

- Zvládnout pokročilé metody a techniky řešení námitek, stížností a reklamací klientů.
- Umět prezentovat cenu tak, aby se zdála výhodná.
- Správně jednat s problematickými klienty.
- Umět si ve vhodné chvíli říci o doporučení.
- Rozpoznat kupní signály zákazníka a ve správný čas úspěšně uzavřít jednání.

Obsah

Pokročilé techniky zvládnání námitek

- co to je námitka; proč, jak a kdy námitky vznikají,
- typy námitek, jak je rozpoznat,
- 8 technik zpracování námitek,
- obnovení dialogu po námitce,
- rozdíly mezi řešením námitek, stížností či reklamace,
- praktický nácvik zpracování námitek (stížností, reklamací) z praxe účastníků kurzu.

Jak prezentovat cenu, aby se zdála výhodná

- v jakém okamžiku je vhodné začít mluvit o ceně,
- techniky prezentace ceny,
- odpověď na námitku „Je to moc drahé“,
- projednat problematické body a zamezit tím možným protestům.

Zvládnání problematických klientů

- konfliktní či agresivní klient,
- základní asertivní techniky.

Jak si říci o doporučení

- výběr vhodného okamžiku a partnera pro doporučení,
- správná formulace žádosti o doporučení.

Uzavření diskuze s cílem prodat

- jak rozpoznat „zelenou“ pro uzavření obchodu,
- kupní signály,
- 6 uzavíracích technik,
- jak naložit s případným neúspěchem.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, testy, hraní rolí, případové studie, soutěže, videotrénink.

Určeno

Zkušeným obchodníkům, technicko-obchodním prodejcům, servisním pracovníkům, obchodním zástupcům, dealerům, kteří chtějí zvýšit úroveň svých prodejních dovedností.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín

15.–16. 5. 2017
25.–26. 10. 2017
6.–7. 11. 2017

Místo

Praha
Hradec Králové
Praha

Variabilní symbol

170906
170907
170908

Cena a rozsah

7 100 Kč (bez DPH), 8 591 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Mgr. Jakub Ječný
226 006 307, jjecny@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Obchodní vyjednávání – Zlatá pravidla obchodního vyjednávání, Péče o zákazníka

Navazující oblasti: 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence, 4. Marketing

Úspěšné domlouvání obchodních schůzek po telefonu

Úvod

Chcete načerpat inspiraci pro svoje způsoby domlouvání schůzek? Cítíte potřebu seznámit se s novými trendy a technikami domlouvání schůzek po telefonu a získat prostor pro sdílení zkušeností? Potom je tento kurz určený právě pro Vás. V době, kdy navolání dostatečného počtu schůzek se zajímavými zákazníky rozhoduje o uspokojivém výsledku obchodní činnosti, vzrůstá důležitost umění profesionálně jednat a pozvat se po telefonu na osobní jednání.

Cíle

- Uvědomit si rozhodující momenty, které určují úspěšnost tohoto typu telefonátu.
- Nalézt konkrétní postup a systém, který Vám pomůže dosáhnout Vašich cílů – připravit se, zaujmout zákazníka, přesvědčit ho a zvládnout možné námitky.
- Osvojit si účinné techniky telefonování, které pomáhají v domluvení schůzky.
- Zbavit se neefektivních návyků.

Obsah

Specifika a principy účinné komunikace po telefonu

- struktura úspěšného telefonického rozhovoru,
- 7 kroků k úspěchu komunikace po telefonu.

Zaujetí a efektivnímu přesvědčení zákazníka

- jak zaujmout při prvním kontaktu,
- kladení otázek,
- využití reformulace při telefonickém rozhovoru.

Princip krátké a účinné argumentace

- tajemství úspěšných argumentů po telefonu,
- jak přesvědčit k obchodní schůzce,
- sestavení seznamu klíčových argumentů,
- nácvik konkrétních situací.

Co když zákazník schůzku nechce – 3 účinné metody úspěšného vyřešení námitek po telefonu

- principy a metody řešení námitek,
- trénink reakce na nejčastější námítky.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, testy, hraní rolí, případové studie, soutěže, audiotrénink se záznamem.

Určeno

Obchodníkům, pracovníkům Call Center, technicko-obchodním pracovníkům a pracovníkům podpory prodeje, kteří jsou v kontaktu se stávajícími zákazníky a vyhledávají a oslovují nové klienty a mají alespoň částečnou zkušenost s komunikací po telefonu.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
26. 4. 2017	Praha	170909
22. 11. 2017	Praha	170910

Cena a rozsah

3 700 Kč (bez DPH), 4 477 Kč (včetně 21 % DPH)
1 den

Manažer projektu

Mgr. Jakub Ječný
226 006 307, jjecny@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Obchodní dovednosti I – Základy úspěšného prodeje, Obchodní dovednosti II – Náročné situace v prodeji

Navazující oblasti: 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence, 4. Marketing

Péče o zákazníka

Úvod

Péče o klienta je dnes strategickou hodnotou. Ve hře je celý vztah dodavatel – zákazník, jehož cílem je spokojenost klienta. Každý pracovník, který je v kontaktu s klientem, si musí být vědom své odpovědnosti. Měl by vědět, že při srovnání jím nabízeného produktu s konkurenčním, může být právě jeho chování tou rozhodující výhodou.

Cíle

- Uvědomit si význam spokojeného klienta pro úspěch a pozitivní image firmy a vlastní roli v kvalitě podávaných služeb.
- Připravit absolventy na profesionální zvládnání komunikace s klienty včetně náročných situací.

Obsah

Spokojený klient – základní kapitál

- co stojí nespokojený klient,
- co způsobuje nespokojenost klienta – důležité stížnosti nebo nahromadění stresu.

Lépe porozumět očekávání klientů

- uplatnění osobního přístupu ve vztahu s klientem,
- jak klient hodnotí kvalitu služeb ve Vaší firmě.

Image firmy a aktivní podíl každého pracovníka na jejím vytváření

- vytváření kvalitní image firmy,
- výrazy, kterým je třeba se vyhnout, magická slova.

Vstřícně reagovat na požadavky klientů

- analyzovat poptávku – rozpoznat motivace klienta,
- najít přijatelná řešení pro klienta i pro podnik.

Zvládnutí náročných situací ve vztahu s klienty

- umět reagovat na nálehavé a neočekávané požadavky klienta,
- kvalita se pozná v obtížných situacích – jak je profesionálně zvládnout.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, testy, hraní rolí, případové studie, soutěže, videotrénink.

Určeno

Všem, kteří jsou v trvalém či příležitostném styku s klienty, prodejcům, pracovníkům služeb, příjmu, oddělení péče o zákazníka, kontaktních středisek, front office.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
22.–23. 3. 2017	Hradec Králové	170911
5.–6. 6. 2017	Praha	170912
2.–3. 10. 2017	Praha	170913

Cena a rozsah

7 100 Kč (bez DPH), 8 591 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Mgr. Jakub Ječný
226 006 307, jjecny@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Obchodní dovednosti I – Základy úspěšného prodeje, Obchodní dovednosti II – Náročné situace v prodeji
Navazující oblasti: 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence, 4. Marketing

B2B prodej – budování vztahů a práce s firemními zákazníky

Úvod

V B2B nákupu nastávají nové časy. Nákupčí se profesionalizují, firmy zefektivňují se nákupní procesy a zvyšuje se konkurence. Získat a udržet si zákazníka je stále obtížnější a znamená to nejen se snažit prodávat, ale hlavně o něj dlouhodobě pečovat a to dávno před případným uskutečněním prodeje. Zákazníci mají stále přesnější představu o svých nákupech, chtějí si vybírat, zvyšují své nároky. Dřívější obchodní dovednosti již nestačí. Nákupčí stále častěji odmítají přistoupit na ustálené postupy prodejců a prosazují své vlastní. Systematická práce a komunikace se zákazníky je klíčem k úspěšnému prodeji.

Cíle

- Stát se úspěšnějším prodejcem v B2B sektoru.
- Osvojit si klíčové postupy v systematické práci s firemními zákazníky na základě poznání jejich preferencí, postupů a rozhodování.
- Uvědomit si důležitost práce se zákazníky pro vlastní budoucí prodej.
- Poskytnout rady, tipy a pohled do světa firemního nákupu, do kterého prodejce běžně nenahlédne.

Obsah

Akvizice, první kontakt

- získání a vyhodnocení informací o firemním zákazníkovi,
- formulace nabídky k jednání,
- koho kontaktovat, nákup či interní útvary, jaké argumenty použít,
- forma kontaktu – email, telefon, osobní,
- proč by měl zákazník vyslechnout naši nabídku.

Budování vztahu s firemními zákazníky

- nenabízejte produkty, řešte užitek pro zákazníka,
- příprava nabídek, odpovědi na poptávky, forma, čas, získání informací,
- s kým a jak u zákazníka budovat vztahy. Jak poznat klíčové osoby,
- pomáhejte s tvorbou zadání a řešením problémů,
- třídění zákazníků, potenciál, potřeby, rozhodování, komunikace.

Osobnost v prodeji – nákupčí a prodejce

- typy firemních nákupčích a jak s nimi jednat,
- jak komunikovat s dalšími zástupci zákazníka,
- využití osobnostní typologie v jednání s nákupčími,
- rozpoznajte vhodný postup, motivaci a způsob rozhodování nákupčího.

Klíčové faktory B2B prodeje, trendy v B2B prodeji

- nejčastější chyby ve vztahu se zákazníky a jak se jim vyhnout,
- volba optimálního mixu typů prodeje,
- osobní kontakt versus věcnost,
- práce s cenou a náklady,
- vztah cena, specifikace, kvalita a další dodací podmínky,
- pomáhejte zákazníkovi (rady, pomoc, konzultace, pomoc se zadáním),
- význam interních procesů a pre-sales pro efektivitu a úspěch prodeje.

Metodika

Výklad, diskuze, příklady, řešení témat účastníků.

Určeno

Začínajícím i zkušeným prodejčům a obchodníkům z B2B sektoru, kteří jsou dodavateli a jednají s firemními nákupčími, účastní se poptávkových a výběrových řízení a e-aukcí.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
18. 5. 2017	Praha	170920
25. 10. 2017	Praha	170922

Cena a rozsah

3 700 Kč (bez DPH), 4 477 Kč (včetně 21 % DPH)
1 den

Manažer projektu

Mgr. Jakub Ječný
226 006 307, jjecny@gradua.cz

B2B prodej – techniky prodeje a vyjednávání

Úvod

V B2B nákupu nastávají nové časy. Nákupčí se profesionalizují, firmy zefektivňují se nákupní procesy a zvyšuje se konkurence. Zákazníci stále více vytváří specifické komoditní strategie pro své nákupní kategorie, komodity, položky. Stále více pracují na zadání a využívají formy nákupu jako výběrová řízení, e-aukce, poptávky a do osobních či telefonických jednání vstupují již s jasnou představou o předmětu nákupu a podmínkách nákupu. Nákupčí stále častěji odmítají přistoupit na ustálené postupy prodejců a prosazují své vlastní. Pro úspěšný prodej je nezbytné se nové situaci přizpůsobit a efektivně měnit formy prodeje a práci s nabídkami. Dřívější prodejní techniky již nestačí.

Cíle

- Stát se úspěšnějším prodejcem v B2B sektoru.
- Poznáte potřeby nákupčích se zaměřením na otevřenost, informovanost, strukturovanost nabídek.
- Poznáte, jak pracovat s cenovou nabídkou a dalšími podmínkami dodávek během jednání a v nabídkách při výběrových řízeních a e-aukcích.
- Seznámíte se s „analytickým“ přístupem k jednání založeným na věcnosti na konkrétních příkladech.
- Vyzkoušíte si a osvojíte efektivní způsob vyjednávání s firemním nákupem.

Obsah

Rozhodování firemního zákazníka

- změny ve způsobu rozhodování firemního zákazníka,
- zjistíte, co opravdu potřebuje,
- klíčová znalost pravidel zákazníka pro nákup, postupy, formy, rozhodování.

Formy prodeje

- nabídky na poptávky, výběrová řízení, e-aukce, vyjednávání a další,
- jak zvýšit své šance při výběrovém řízení, formulace nabídky, komunikace, hodnocení, čas,
- jak pracovat s e-aukcemi, na co se zaměřit, jak zvýšit šance na úspěch,
- různé typy poptávek a práce s nimi,
- jak ovlivnit rozhodování zákazníka v jeho přednákupní i nákupní fázi,
- klíčové role zadání zákazníka a jak s ním pracovat.

Techniky vyjednávání s firemními nákupčími

- efektivní volba formy jednání,
- osvědčené techniky vyjednávání s firemními nákupčími,
- osvědčené komunikační postupy, techniky, strategie,
- řešení nejčastějších vyjednávacích situací (převaha, slabá pozice, časový tlak, cena),
- trendy vyjednávání s firemními nákupčími.

Praktický trénink technik prodeje

- simulace skutečných situací a skutečného jednání nákupčích, rozbor, analýza,
- jak si poradit se zablokovanými jednáními,
- práce s nejčastějšími námitkami.

Metodika

Výklad, diskuze, příklady, řešení témat účastníků, simulace, natáčení, rozbor, případové studie.

Určeno

Začínajícím i zkušeným prodejcům a obchodníkům z B2B sektoru, kteří jsou dodavateli a jednají s firemními nákupčími, účastní se poptávkových a výběrových řízení a e-aukcí.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín

13.–14. 6. 2017
4.–5. 12. 2017

Místo

Praha
Praha

Variabilní symbol

170921
170923

Cena a rozsah

7 100 Kč (bez DPH), 8 591 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Mgr. Jakub Ječný
226 006 307, jjecny@gradua.cz

Obchodní vyjednávání – Zlatá pravidla obchodního vyjednávání

Úvod

Konkurenční tlak sílí a stále více nákupčích je proškolenáno, jak vyvíjet tlak na dodavatele a dosáhnout svých podmínek. Udržet si v této situaci dobrou ziskovost se stává malým zázrakem. Tento kurz byl vytvořen na základě dlouholetých zkušeností úspěšných vyjednávačů z celého světa. Pomocí jasných a přehledných tipů Vám poskytneme pravidla, jejichž uplatněním se Vaše šance na obhájení Vašich obchodních podmínek výrazně zvýší.

Cíle

- Pochopit a na vlastních obchodních případech si vyzkoušet know-how, které pomáhá řadě profesionálních vyjednávačů připravit úspěšnou strategii pro případ náročného vyjednávání.
- Být schopen lépe obhájit vlastní cenu a ostatní obchodní podmínky.

Obsah

Jednání a vyjednávání

- rozdíl mezi standardním obchodním jednáním a vyjednáváním,
- kdy končí prodej a začíná vyjednávání,
- fáze vyjednávacího procesu.

Osobní styl vyjednávače

- jak ovládnout psychologické aspekty vyjednávání,
- uvědomění si svých slabých a silných stránek,
- volba vhodného stylu pro dosažení dobrého výsledku vyjednávání.

Jen dokonalá příprava umožňuje improvizaci

- metoda „7 bodů“ pro přípravu na náročné vyjednávání,
- principy pro přípravu a vedení vyjednávání – W-W, BATNA,
- alternativní scénáře, často používané taktiky.

Pět zlatých pravidel vyjednávání

- klíčové body jednání – 5 nepostradatelných pravidel pro úspěšné vyjednávání,
- dobrý začátek: nezbytný předpoklad pro dobrý výsledek,
- nejvhodnější způsoby, jak si říci o protihodnotu,
- jak chytře ustupovat,
- co dělat v těch nevyjpytatějších situacích – výčet možností a praktické rady.

Nejčastější chyby a omyly vyjednávačů

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, testy, hraní rolí, případové studie, soutěže, videotrénink.

Určeno

Manažerům obchodu, Key Account Managerům, projektovým manažerům, vedoucím prodeje, manažerům prodejních týmů, obchodním zástupcům a všem osobám, které jsou zodpovědné za výsledky svých obchodních jednání.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,
program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
12.–13. 6. 2017	Praha	170914
3.–4. 10. 2017	Brno	170915
4.–5. 12. 2017	Praha	170916

Cena a rozsah

7 400 Kč (bez DPH), 8 954 Kč (včetně 21 % DPH)
2 dny

Manažer projektu

Mgr. Jakub Ječný
226 006 307, jjecny@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Key Account Management, Obchodní dovednosti II – Náročné situace v prodeji

Navazující oblasti: 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence, 4. Marketing

Key Account Management

Úvod

Udržení a rozvoj profitabilních vztahů s nejdůležitějšími zákazníky se v poslední době stává jedním z klíčových faktorů udržení dobrých obchodních výsledků firmy. Jednání s těmito zákazníky je však stále náročnější, vzhledem k vysoce konkurenčnímu tržnímu prostředí současného obchodního světa. Tento kurz byl vytvořen na základě zkušeností úspěšných Key Account Managerů z celé Evropy a poskytne Vám kvalitní návod, jak úspěšně pracovat i s těmi nejnáročnějšími zákazníky.

Cíle

- Uvědomit si roli a postavení Key Account Managera a všechny oblasti, které musí dobře ovládat, aby byl úspěšný.
- Definovat Vaše klíčové zákazníky a odhadnout jejich kritéria rozhodování.
- Rozvinout strategický přístup k řízení Vašich nejdůležitějších zákazníků.
- Identifikovat klíčové aktivity a přidanou hodnotu, kterou musí úspěšný Key Account Manager zákazníkovi přinést.

Obsah

Role a poslání Key Account Managera

- cíle a zodpovědnosti,
- potřebné znalosti a dovednosti.

Určení klíčových zákazníků a naplánování „úspěchu“

- 4 nástroje ke zmapování a zacílení klíčových zákazníků,
- sestavení vítězných strategií,
- plán zákazníka: vize, cíle, strategie, taktiky, akční plán,
- budování „bariér vstupu“ pro konkurenci,
- jak „odemknout“ klíčové zákazníky konkurence.

Řízení vztahu s klíčovými zákazníky

- řízení informací a znalostí,
- řízení požadavků a vyjednávání,
- řízení času a rozvoje obchodu,
- budování loajality, péče o klíčového zákazníka.

Strategie k úspěšnému ovlivnění rozhodovací skupiny

- jak určit klíčové hráče,
- jak odhadnout jejich kritéria rozhodování,
- jak odhalit a porozumět jejich skrytým plánům,
- definování a realizace „přístupové“ strategie,
- budování efektivních vztahů se členy rozhodovací skupiny.

Řízení strategických zákazníků

- jak sestavit a řídit strategický tým,
- jak určit cíl, strategické mezníky v komunikaci,
- zajištění vnitřní angažovanosti,
- příprava pro Category Management.

Metodika

Interaktivní výklad s diskuzí, testy, hraní rolí, případové studie, soutěže, videotrénink.

Určeno

Začínajícím i zkušeným Key Account Managerům, manažerům prodeje a všem, kteří jsou zodpovědní za zákazníky se strategickým významem pro firmu – ať už díky velikosti a potenciálu nebo renomé.

Harmonogram

prezence 8.45–9.00 hod.,

program 9.00–16.00 hod.

Termín	Místo	Variabilní symbol
24.–25. 4. 2017	Praha	170917
27.–28. 11. 2017	Praha	170918

Cena a rozsah

7 600 Kč (bez DPH), 9 196 Kč (včetně 21 % DPH)

2 dny

Manažer projektu

Mgr. Jakub Ječný

226 006 307, jjecny@gradua.cz

Doporučujeme

Navazující kurzy: Obchodní vyjednávání – Zlatá pravidla obchodního vyjednávání, Péče o zákazníka

Navazující oblasti: 2. Vedení týmu, osobní a manažerské kompetence