

# Επισκόπηση – Account Strategy for Major Sales

## Στόχοι

Στο τέλος του προγράμματος κάθε συμμετέχων θα:

- έχει αντιληφθεί και θα είναι σε θέση να εξηγήσει την ψυχολογία της ομάδας που παίρνει την απόφαση αγοράς για σύνθετες, μεγάλες πωλήσεις
- είναι σε θέση να προγραμματίσει και να εκτελέσει μια στρατηγική κατάκτησης μεγάλων πελατών
- έχει την ικανότητα να εντοπίζει και να αναπτύσσει τα κριτήρια με βάση τα οποία ο αγοραστής αναλύει τις ανταγωνιστικές προσφορές και να επηρεάζει τα κριτήρια αξιολόγησης προς όφελός του ή να αποσύρεται εγκαίρως
- κατανοεί, εντοπίζει και χειρίζεται τις ανησυχίες του πελάτη
- αντιλαμβάνεται τους κινδύνους αλλά και τις ευκαιρίες που παρουσιάζει η φάση εφαρμογής, μετά την αγορά, και θα είναι σε θέση να προγραμματίζει και να εκτελεί στρατηγικές για αποδοτική περαιτέρω ανάπτυξη της σχέσης με τον πελάτη
- σχεδιάζει και υλοποιεί στρατηγικές που θα τον βοηθούν να διατηρεί αλλά και να αναπτύσσει έναν λογαριασμό
- έχει εξασκηθεί σε κάθε μία από τις δεξιότητες και διαδικασίες προγραμματισμού της πώλησης και θα έχει λάβει αντικειμενική ενημέρωση για την απόδοσή του, μέσω προσομοίωσης μιας σύνθετης πώλησης που κρατάει για όλη τη διάρκεια του προγράμματος
- έχει προγραμματίσει μια πραγματική καμπάνια πωλήσεων για εφαρμογή στην επιχείρησή του, μετά τη λήξη του εκπαιδευτικού προγράμματος.

## Σε ποιους απευθύνεται

Απευθύνεται σε Διευθυντές πωλήσεων, υπεύθυνους λογαριασμών, στελέχη πωλήσεων και άλλα στελέχη που έχουν ως αντικείμενο το μάντζμεντ σύνθετων πωλήσεων, οι οποίες χαρακτηρίζονται από πολλά άτομα που αποφασίζουν ή επηρεάζουν την απόφαση αγοράς, από έντονο ανταγωνισμό καθώς και από την αίσθηση των αγοραστών ότι υπάρχει κίνδυνος να πάρουν λάθος απόφαση.

## Περιεχόμενα προγράμματος

### Ο Κύκλος Αγοράς

- Οι ψυχολογικές φάσεις της σύνθετης, συγκριτικής, αγοραστικής συμπεριφοράς

### Στρατηγική Κατάκτησης του Πελάτη – πώς να τη βρείτε και να τη χρησιμοποιήσετε:

- Το σημείο Υποδοχής
- Το σημείο Δυσaráσκειας
- Το σημείο Εξουσίας.

### Κριτήρια Αγοράς

- Αρχές συγκριτικού πλεονεκτήματος – μακρο και μικρο, σκληρά και μαλακά διαφοροποιά χαρακτηριστικά.
- Κατευθυντήριες Γραμμές – πώς οι αγοραστής αξιολογούν ανταγωνιστικές προσφορές.
- Πώς να επηρεάσετε τις Κατευθυντήριες Γραμμές προς όφελός σας.

### Ενδοιασμοί του Αγοραστή για ανάληψη κινδύνου

- Γιατί η πώληση καθυστερεί όταν πλησιάζει να παρθεί η απόφαση.
- Γιατί οι δεξιότητες δεν βοηθούν.
- Πώς να χειρίζεστε τους ενδοιασμούς προς όφελός σας.

### Εφαρμογή

- Το «κενό» παρακίνησης και γιατί συμβαίνει.
- Στρατηγική για την αποφυγή του «κενού» παρακίνησης.

### «Ανάπτυξη» του πελάτη

- Προληπτικές στρατηγικές για να διατηρήσετε τη δεσπόζουσα θέση σας και να αντιμετωπίσετε τον ανταγωνισμό.
- Πώς να χτίσετε μια μακροπρόθεσμη συνεταιρική σχέση με τον πελάτη.

## Εισηγητής και Μέγεθος Ομάδας Εκπαιδευομένων

Το πρόγραμμα αυτό διδάσκεται από δύο πιστοποιημένους και πεπειραμένους συμβούλους της Huthwaite. Για να διασφαλιστεί ότι ο κάθε συμμετέχων λαμβάνει προσωπική φροντίδα και πληροφόρηση, ο αριθμός των εκπαιδευομένων δεν μπορεί να ξεπεράσει τους δώδεκα.

