

Επισκόπηση – Εργαστήριο SPIN® Marketing

Στόχοι

Στο τέλος του προγράμματος ο κάθε συμμετέχων θα:

- μπορεί να εξηγήσει τη διαδικασία λήψης αποφάσεων της ομάδας του πελάτη σε σύνθετες, υψηλής αξίας πωλήσεις και να την ταιριάζει στο δικό του κύκλο πώλησης
- έχει κατανοήσει τις δεξιότητες συμπεριφοράς που χρησιμοποιούν οι αποτελεσματικοί πωλητές για τον εντοπισμό και την ανάπτυξη των αναγκών του πελάτη
- είναι σε θέση να κάνει ανάλυση του ανταγωνισμού με βάση τα κριτήρια επιλογής του πελάτη έτσι ώστε να εντοπίσει τα ισχυρά του σημεία
- είναι σε θέση να χτίσει μια επιχειρηματολογία με βάση τους ισχυρότερους διαφοροποιητές
- αναγνωρίζει τις συνθήκες υπό τις οποίες συγκεκριμένες ομάδες πελατών / στόχων μπορεί να έχουν ανησυχίες σχετικά με το ρίσκο της αγοράς του προϊόντος ή της υπηρεσίας, καθώς και την ανάγκη να αντιμετωπίσει αυτές τις ανησυχίες μέσα από την επικοινωνία marketing
- κατανοεί τη σπουδαιότητα του να τοποθετείται με τρόπο που να καλύπτει τις ανάγκες και τις ανησυχίες του πελάτη
- έχει αξιολογήσει τα υφιστάμενα υλικά της επικοινωνίας marketing και θα έχει αρχίσει να τα επανασχεδιάζει περιλαμβάνοντας περισσότερα ζωντανά, πελατοκεντρικά μηνύματα πώλησης
- έχει κατανοήσει τους πιο συνήθεις λόγους για απογοητευτικά ή «σταματημένα» λανσαρίσματα προϊόντων και θα είναι σε θέση να σχεδιάσει ένα πιο αποτελεσματικό πλάνο για να διασφαλίσει ότι η δύναμη πωλήσεων μεγιστοποιεί τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται, κατά τη φάση του λανσαρίσματος
- έχει ένα μοντέλο για τον προγραμματισμό, την εκτέλεση και την μέτρηση της αποτελεσματικότητας εκδηλώσεων εταιρικής φιλοξενίας.

Αριθμός Συμμετεχόντων και Εισηγητών

Το πρόγραμμα διεξάγεται από έμπειρους εισηγητές της Huthwaite, όταν αυτό είναι δυνατό, στην αγορά του πελάτη. Για να εξασφαλιστεί η μέγιστη δυνατή συμμετοχή και η προσοχή σε κάθε έναν από τους εκπαιδευόμενους ο αριθμός τους προσδιορίζεται σε ένα μάξιμουμ δώδεκα ατόμων.



Περιεχόμενα Προγράμματος

- Ο Κύκλος Αγοράς: οι ψυχολογικές φάσεις της περίπλοκης, αγοραστικής συμπεριφοράς όπου ο πελάτης συγκρίνει μεταξύ ανταγωνιστικών προσφορών.
- Το μοντέλο ερωτήσεων SPIN® – η συμβουλευτική τεχνική πώλησης που χρησιμοποιούν οι πλέον αποτελεσματικοί πωλητές.
- Ανάλυση της διαδικασίας Λήψης Απόφασης – μια μεθοδολογία αξιολόγησης των κριτηρίων αγοράς του πελάτη, βελτιστοποίησης της ανταγωνιστικής σας θέσης και επικέντρωσής σας στα σημεία που διαφοροποιείστε σημαντικά.
- Πειστική Ανάλυση Περίπτωσης – πώς να αναλύσετε ολόκληρη την γκάμα των προβλημάτων και των συνεπειών που μπορεί να καλύψει το προϊόν ή η υπηρεσία σας, καθώς και τα κέρδη που θα αποκομίσει ο πελάτης από τη προτεινόμενη λύση.
- Ανησυχίες του Πελάτη – γιατί προκύπτουν, πώς μπλοκάρουν τις πωλήσεις και πώς τα σωστά μηνύματα marketing μπορούν να προλάβουν και να τις αδρανοποιήσουν.
- Αξιοποίηση των Προβλημάτων, των Κερδών και των Αποδείξεων για να ενθαρρύνετε το ενδιαφέρον, να μειώσετε δραστικά τις ανησυχίες και τέλος να αποδείξετε την αξία της πρότασής σας.
- Λανσάρισμα νέων προϊόντων – πώς μπορεί το marketing να τοποθετήσει νέα προϊόντα ως «λύσεις προβλημάτων», για να ελαχιστοποιήσει την καμπύλη εκμάθησης του πελάτη και να βοηθήσει το δυναμικό πωλήσεων να αξιοποιήσει άμεσα και πλήρως τις δεξιότητες πωλήσεων.
- Εταιρική φιλοξενία – θέτοντας στόχους, σχεδιάζοντας μηνύματα και συζητήσεις για συγκεκριμένο σκοπό και μετρώντας την επιτυχία.

Σε ποιους απευθύνεται

Απευθύνεται σε οποιονδήποτε σχετίζεται με τη δημιουργία ή την ανάθεση επικοινωνιών marketing, εσωτερικά ή εξωτερικά, γραπτά ή προφορικά.

Το εργαστήριο marketing έχει να κάνει με όλους τους τομείς άμεσης και έμμεσης προώθησης marketing – διαφημίσεις, direct mail, φυλλάδια πληροφόρησης, Δημόσιες Σχέσεις, λανσάρισμα των νέων προϊόντων και διαχείριση εταιρικών εκδηλώσεων.

Η ωφέλεια θα είναι μεγαλύτερη εάν μέλη της ομάδας marketing με διαφορετικές λειτουργίες – για παράδειγμα, direct mail και προϊόντικά φυλλάδια – παρακολουθήσουν μαζί το εργαστήριο marketing.