

KURUMSAL PAZARDA SATIŞ YÖNETİMİ

Eğitmen: Prof. Dr. Murat ERDAL

Eğitimin Amacı: Satış dün olduğu gibi bugün de baş tacı. Çok değerli ve vazgeçilmez. Satış departmanları çağın dinamiklerine ayak uydurup hızla yenileniyor. Ticaretin gelişiminde alım ve satım bir elmanın iki yarısı. Alıcı davranışını gözlemleyen satış yöneticileri daha fazla başarılı oluyor. İşletme pazarında alım sürecinin doğasını kavrayamayan satış yöneticilerinin işi ise giderek zorlaşıyor.

Eğitimin amacı, kurumsal pazarda satışın tüm yönlerini ele alarak **“satışın büyümesini”** paylaşmaktır.

Satışın büyümesi;

- Müşteriyi kazanmaktır.
- Verilen tüm emeklerin karşılığını almaktır.
- Müşterinin size, firmanıza, ürün ve hizmetlerinize inanmasıdır.
- Zorlu satış müzakereleri sonunda zafer elde etmektir.

Eğitimin İçeriği:

- Kurumsal Pazar Özellikleri ve Alım Sürecini Anlamak
- Kurumsal Pazarda İlişki Geliştirmek (Networking)
- Karar Alıcılara Ulaşmak ve Sürecin Yapısı
- Değer Teklifinin Geliştirilmesi
- Güven İnşa Etmek
- Pazarlama Stratejisinin Belirlenmesi.
- Pazarlama Planı Nedir?
- Pazarlama Planının Yürütme Takvimi
- İşletme Stratejisi ile Satış Stratejilerini Entegre Etmek
- Kurumsal Kimlik ve Marka Çalışmalarına İnanmak
- Sağlıklı “Lead Generation” Nasıl Oluşturulur?
- Kurumsal Pazarda İş Yapmanın Sırrı Nedir?
- Girişimci Şirket Perspektifinin Tabana Yayılması
- Satış Yöneticisinin İletişim Becerileri
- Firma İçi İletişim. Başarı İçin Bölümler Arası İş Birliği
- Müşteriler ve Sektör Paydaşları ile İletişim
- Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) ve Analizler
- Müşteri Datası
- Müşteri Yolculuğu
- Etik Kodlar
- Kurum Kültürünü Doğru Yansıtma ve Düzgün Temsiliyet
- Eğitim, Kişisel Gelişim ve Yetkinlikler
- Yeni Yeteneklerin Belirlenmesi ve Kadro Planlama
- Profesyonel – Amatör Satışçı
- Avcı - Çiftçi Satışçı

Satış Ekibinin Geliştirilmesi

- Satış Departmanı; Organizasyon, Hedefler, Çalışma Düzeni ve Rol Dağılımı
- Satış Çevrimi ve Satış Müzakere Sanatı
- Strateji Belirleme, İş Düzeni ve Disiplin
- Satış Yöneticisinin İş Takvimi ve Zaman Planı Nasıl Olmalı?
- Teklif Hazırlama (Saha Ziyareti, Keşif, Proje)
- Teklif Verme ve Takip
- Görüşme Planlaması
- Değer Odaklı Müzakere Becerileri ve Pazarlık Tekniklerinin Geliştirilmesi
- Yeni Alışkanlar Edinmek; Planlama ve Satış Kültürü
- Araştırma Soruları Nasıl Geliştirilir? İhtiyacı Anlamak
- Güvenilir Bir Açılış Pozisyonu Nasıl Oluşturursunuz?
- Müzakere Kartları Nasıl Hazırlanır?
- Kazan-Kazan Çözümleri
- İş Anlaşmazlıkları, Çatışmalar ve Çözümleri
- Müşteri İlişkileri, İş Birlikleri ve Ortaklıklar
- Satış Yöneticileri için KPI Belirlenmesi
- Performans Yönetimi ve Göstergelerle Dost Olmak
- Kurumsal Yapı Refleksleri
- Güvene Dayalı İlişki Yönetimi

Eğitim süresi: Eğitim süresi 1 gündür.