

Маркетинг в продажах. Ресурс для увеличения прибыли.

Онлайн-курс. Онлайн-курс

Продолжительность:

4 дня (16 академических часов)

Формат проведения:

Онлайн-курс (Вебинар)

Программа:

День 1

Особенности покупательского поведения в цифровую эпоху

- Изменения в бизнесе после карантина. Меры профилактики
- Цифровые и традиционные продажи
- Особенности цифрового продвижения
- Как теория поколений помогает при переговорах?
- Главные компетенции менеджера продаж XXI века и их развитие

Личный бренд менеджера по продажам. Управление талантами

- Позиционирование менеджера по продажам. Построение имиджа в глазах клиентов и партнеров. Практикум
- 12 архетипов. Ценности, стиль, манеры, внешний вид представителей разных архетипов
- Фишки для личного бренда и позиционирования

Практикум-задание «Отработка полученного материала в домашнем задании»

День 2

Кто мой клиент? Сегменты и аватары

- Понятия «ниша» и «позиционирование»
- Сегменты целевой аудитории. «Портрет» клиента каждого сегмента
- Как определить потребности, проблемы, страхи и боли вашего клиента?
- Создание ценностных предложений для каждой категории клиента
- Вертикальная и горизонтальная ассортиментная линейка

Методология Спиральная динамика и создание ценностных предложений

- История методологии Спиральная динамика и как ее знание и применение влияет на продажи?
- Разбор каждого уровня Спиральной динамики, его особенности
- Как работать с клиентом, в зависимости от его уровня по Спиральной динамике. Особенности общения, составления продающих писем, работы с возражениями, выстраивание презентаций и рекламных кампаний

Практикум-задание «Отработка полученного материала в домашнем задании»

День 3

Источники поиска клиентов

- Привлечение: ценностные предложения
- Где «ходят» клиенты и где ищут информацию
- Основные источники поиска клиентов (внутренний и внешний ресурс продаж)

Управление продажами в CRM. Внутренний ресурс продаж

- Сегментирование клиентов в CRM (с учетом «портрета» и целевой аудитории)
- ABC-анализ
- Сегментирование по «температуре»

Практикум-задание «Отработка полученного материала в домашнем задании»

День 4

Позиционирование компании и конкурентные преимущества

- Конкуренты и не конкуренты
- Технология сравнения конкурентов и выделение преимуществ вашей компании
- Потребности и ценностные предложения
- Правила презентации компании
- Что такое стратегия голубого океана?

Стимулирование продаж

- Основные механизмы стимулирования продаж
- Методы стимулирования, их особенности, преимущества и недостатки
- Формы стимулирования
- Как вернуть ушедших клиентов?

Практикум-задание «Отработка полученного материала в домашнем задании»