



# Key Account Management



“The more you engage with customers the clearer things become and the easier it is to determine what you should be doing.”

John Russell,  
President,  
Harley Davidson.»



Η πώληση στο σημερινό ανταγωνιστικό περιβάλλον αντιμετωπίζει πολλές προκλήσεις.

Οι περισσότερες εταιρείες αντιμετωπίζουν εντεινόμενο ανταγωνισμό, μεγάλο αριθμό προϊόντων, μεγαλύτερους και περισσότερο σύνθετους κύκλους πωλήσεων και διαρκώς αυξανόμενες απαιτήσεις των πελατών.

Για να επιτύχουν σε αυτό το περιβάλλον πολλές εταιρείες επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους στο κτίσιμο ισχυρών και μακροχρόνιων δεσμών με τον πελάτη και βασίζονται στα στελέχη των πωλήσεών τους να αναπτύξουν και να διατηρήσουν αυτούς τους μακροχρόνιους επικερδείς δεσμούς.

Το **KAM - Στρατηγικές Διαχείρισης Μεγάλων Πελατών** είναι ένα σύστημα σχεδιασμένο για να αναπτύσσει τις ικανότητες των στελεχών πωλήσεων να πωλούν με στρατηγική. Τους εφοδιάζει με τις κατάλληλες δεξιότητες να αναγνωρίζουν, να αναλύουν και να ανταποκρίνονται στις συγκεκριμένες και σύνθετες ανάγκες κάθε πελάτη ξεχωριστά δημιουργώντας ολοκληρωμένες λύσεις.

Ο κύριος στόχος του **KAM - Στρατηγικές Διαχείρισης Μεγάλων Πελατών** είναι να ενδυναμώσει τις ικανότητες των στελεχών πωλήσεων να οικοδομούν μακροχρόνιες και επικερδείς σχέσεις με τους πελάτες της επιχείρησης.

Ποιο συγκεκριμένα το πρόγραμμα μαθαίνει στα στελέχη πωλήσεων τις τεχνικές αυτές που χρειάζονται ώστε να μπορούν:

- Να αναγνωρίζουν πώς οι επιχειρηματικές και οι προσωπικές ανάγκες του πελάτη μπορούν να επηρεάσουν τη συμπεριφορά του και την τελική αγοραστική απόφαση
- Να αναγνωρίζουν τους "ανθρώπους-κλειδιά" σε έναν λογαριασμό και να διευκρινίζουν τον ρόλο τους στην αγοραστική απόφαση.
- Να αναλύουν τους παράγοντες που μπορούν να επηρεάσουν το αποτέλεσμα μιας πώλησης.
- Να αναπτύσσουν επικερδείς στρατηγικές πελατών και συγκεκριμένα σχέδια δράσης.
- Να συνεργάζονται με όλα τα στελέχη της εταιρίας τους για να επιτύχουν τους στόχους πωλήσεων.
- Να αναπτύσσουν και να παρουσιάζουν ολοκληρωμένες λύσεις στους πελάτες.

Δείτε τους πελάτες του πελάτη σας σαν δικούς σας πελάτες

Δεν ενδιαφέρει τον πελάτη πόσα ξέρετε έως ότου μάθει πόσο ενδιαφέρεστε

## ΤΑ ΟΦΕΛΗ

Η αγοραστική απόφαση του πελάτη επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητά του πωλητή να δείξει στον πελάτη με ποιο τρόπο η λύση που προσφέρει θα δημιουργήσει αξία στην εταιρεία του. Μέσα από το πρόγραμμα οι συμμετέχοντες θα μάθουν να το εφαρμόζουν άμεσα στους πελάτες τους.

Ποιο συγκεκριμένα τα οφέλη θα είναι:

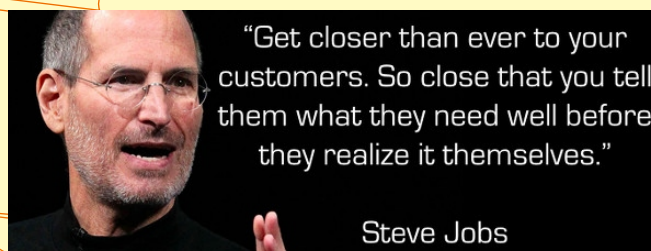
- **Για τα στελέχη πωλήσεων:**
  - ο Αυξάνεται η αυτοπεποίθησή τους να προσεγγίσουν μια πώληση με συγκεκριμένη στρατηγική.
  - ο Μεγαλύτερος έλεγχος των σύνθετων κύκλων πωλήσεων
  - ο Μεγαλύτερη αποδοτικότητα σε χρόνο και σε αποτελέσματα των υπαρχόντων και των νέων πελατών
  - ο Παρακίνηση για τα έμπειρα στελέχη να βελτιώσουν τη στρατηγική των πωλήσεών τους.
- **Για τους πελάτες σας:**
  - ο Αμοιβαίες σχέσεις εμπιστοσύνης με έναν προμηθευτή που αντιλαμβάνεται την επιχειρηματική τους πραγματικότητα
  - ο Λύσεις που απευθύνονται στις δικές τους συγκεκριμένες και ξεχωριστές ανάγκες.
- **Για την επιχείρηση:**
  - ο Δημιουργία κοινής γλώσσας μέσα στην επιχείρηση και κοινής προσέγγισης προς τον πελάτη.
  - ο Βελτιωμένη επικοινωνία μεταξύ ομάδων και τμημάτων.
  - ο Αναβάθμιση της εταιρικής εικόνας στους πελάτες.
  - ο Κτίσιμο μακροχρόνιων δεσμών με τους πελάτες και μείωση του κόστους πωλήσεων
  - ο Αυξημένα έσοδα και κέρδη από τους μεγάλους πελάτες.

Ατομικά σχέδια εφαρμογής συμπληρώνονται στο τέλος κάθε ενότητας, για να βοηθηθεί η άμεση εφαρμογή των τεχνικών του συστήματος στην καθημερινή πρακτική.

## Η ΔΟΜΗ ΤΟΥ ΣΕΜΙΝΑΡΙΟΥ

Το Σεμινάριο περιλαμβάνει τις εξής ενότητες :

- 1 **Κατανόηση των Επιχειρηματικών Δραστηριοτήτων**
  - Ορισμοί
  - Αλυσίδες Αξίας
  - Καθοριστικοί Παράγοντες Επιτυχίας
  - Case Study #1
- 2 **Σύστημα Λήψης Αποφάσεων**
  - Ρόλοι εμπλεκομένων
  - Οργανόγραμμα αναγκών
  - Στρατηγική Επίσκεψη
  - Case Study #2
- 3 **Αγοραστική Συμπεριφορά**
  - Είδη αγοραστικής συμπεριφοράς
  - Παράγοντες επιρροής
  - Στρατηγικές πωλήσεων
  - Αντιμετώπιση του ανταγωνισμού
  - Case Study #3
- 4 **Ολοκληρωμένη Προσφορά**
  - Διαφοροποίηση - Δημιουργία αξίας
  - Ολοκληρωμένη Προσφορά
  - Business Case & Value proposition
  - Case Study #4



## ΟΙ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΕΣ

- Το σύστημα μπορεί να χρησιμοποιηθεί από νέα και πεπειραμένα στελέχη των πωλήσεων, για να αποκτήσουν γνώσεις και τεχνικές γύρω από τη δυναμική διαχείριση των μεγάλων πελατών
- Το υλικό του προγράμματος προσαρμόζεται στο sales process που ακολουθεί η εταιρεία και τα case studies σχεδιάζονται ώστε να παρουσιάζουν περιπτώσεις μέσα από την πραγματικότητα των πωλητών.

## ΠΕΡΑΙΤΕΡΩ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ

- Το σύστημα αποτελείται από 4 τετράωρες ενότητες (2 ημέρες), που μπορούν να πραγματοποιηθούν ανεξάρτητα ή μια από την άλλη, ανάλογα με τις ανάγκες της εταιρείας
- Η διαδικασία εκπαίδευσης περιλαμβάνει παρουσίαση τεχνικών, ασκήσεις και role plays με πραγματικές καταστάσεις και βιντεοσκόπηση
- Ο αριθμός των συμμετεχόντων κυμαίνεται από 8 έως 15.