



Продажи- это наука со своими правилами и закономерностями

Эффективное управление отношениями с ключевыми клиентами

Целевая группа

Тренинг предназначен для руководителей и менеджеров, которые отвечают за взаимодействие с ключевыми клиентами.

Цели

- Систематизировать подход сотрудников к управлению отношений с ключевыми клиентами.
- Развить навыки планирования, построения отношений, сбора и анализа информации о ключевом клиенте.
- Ознакомить с широко распространенными методами работы с ключевыми клиентами компании.
- Создать индивидуальный планы работы с ключевыми клиентами для каждого участника тренинга.

Длительность

2 дня

Процесс

Интерактивный игровой тренинг, с большим количеством разбираемых кейсов и анализируемой информацией.

Методика

Теоретическая часть включает авторские модели работы с ключевыми клиентами (КК).

Практическая часть дает участнику навыки планирования отношений с КК на основе предложенной модели.

Участники тренинга принимают активное участие в групповых работах/обсуждениях, выполняют индивидуальные задания, анализируют свои действия с целью повышения эффективности взаимоотношений с ключевыми клиентами.

Проводится детальный анализ текущих отношений с КК и вырабатываются способы их развития.

Назаров Алексей
Консультант в области управления продажами
+7 916 522 16 45 nazarov.nvision@gmail.com
www.anazarov.org



Продажи- это наука со своими правилами и закономерностями

Содержание

Роль ключевых клиентов в деятельности предприятия

- Текущая рыночная ситуация и задачи, которые решает компания, работая с ключевыми клиентами
- Цели и задачи построения системы КАМ
- Особенности работы с ключевыми клиентами
- Требования, предъявляемые к менеджерам по работе с КК
- Основные этапы планирования работы с ключевыми клиентами
- Модель работы с ключевыми клиентами

Стратегия

- Конкурентные преимущества вашей компании
- Стратегия вашей компании по работе с КК
- Отличие предложения компании от предложения конкурентов
- Признаки компании - потенциального ключевого клиента
- Определение критериев привлекательности потенциальных КК
- Сегментация КК. Правила и методики
- SWOT-анализ стратегии по работе с КК компании
- Необходимая информация о клиенте и ее использование в процессе планирования
- Анализ и оценка имеющихся в компании ресурсов. SWOT-анализ

Цель всех упражнений, проводимых в данном блоке – анализ стратегии собственной компании по работе с КК

Решения, предлагаемые компанией Ключевым Клиентам

- Анализ и оценка покупаемых клиентом товаров и услуг
- Чем заинтересованы клиенты
- Что покупают клиенты
- Что мы продаем КК
- Как можно дифференцировать наше предложение для КК
- Ценность, создаваемая нами для клиентов
- SWOT-анализ нашего предложения
- SWOT-анализ предложений конкурентов
- Постановка целей на взаимодействие с КК
- Анализ собственных KPI

Назаров Алексей
Консультант в области управления продажами
+7 916 522 16 45 nazarov.nvision@gmail.com
www.anazarov.org



Продажи- это наука со своими правилами и закономерностями

Цель всех упражнений, проводимых в данном блоке – анализ стратегии собственной компании по работе с КК

Люди, участвующие в процессе взаимодействия

- Определение Группы, влияющей на принятие решения (ГВПР)
- Характеристика ГПР ключевого клиента
- Анализ группы принятия решения у КК
- Функциональный анализ ГВПР
 - структура
 - роли
 - уровень власти
 - лояльность к компании поставщику
 - КРІ
 - мотивы корпоративные и личные
 - политические особенности
- Системный, межфункциональный подход к построению отношений с КК на основании анализа ГВПР
- Основные методы взаимодействия с различными представителями ГВПР
- Основные факторы, влияющие на расширение сотрудничества с ключевым клиентом
- Формирование предложения для КК, исходя из интересов/выгод сотрудников ГВПР

Цель всех упражнений, проводимых в данном блоке – отработка навыков проведения анализа ГВПР КК

Управление. Методики и приемы

- Анализ приемов и методов управления КК, принятых в компании
- Основные процессы продаж и переговоров, используемые компанией
- Маркетинговая поддержка взаимоотношений
- Различные модели построения команд по работе с КК
- Распределение функций и власти в команде
- Построение межфункциональных команд, распределение обязанностей и контроль потоков информации.
- Управленческая функция КАМ
- Проведение переговоров внутри собственной компании

Цель всех упражнений, проводимых в данном блоке – анализ методов управления отношениями с КК, принятых в компании и адаптация собственных ожиданий к возможностям компании. Помимо этого, участники тренинга получают опыт проведения «внутренних» переговоров с коллегами.



Продажи- это наука со своими правилами и закономерностями

Оценка эффективности работы и планирование развития

- Часто применяемые показатели эффективности работы КК
- Анализ эффективности функционирования КК
 - методики
 - плюсы и минусы
- Основные меры по улучшению работы с ключевыми клиентами
- Составление основных и альтернативных планов работы с ключевым клиентом

Цель всех упражнений, проводимых в данном блоке – отработка навыка анализа показателей эффективности работы клиента и составление его плана развития.

Персональная программа развития отношений с wybranными ключевыми клиентами участников тренинга

Результат

- Участники тренинга получают системные навыки управления отношениями с ключевыми клиентами
- Проанализируют имеющуюся о КК информацию и наметят шаги по ее дальнейшему сбору и анализу
- Участники смогут уверенно чувствовать себя в переговорной ситуации, оперируя значимыми для ГВПР аргументами
- Получат модели анализа предпочтений и мотивации клиентов
- Разовьют свои навыки анализа и построения команд для работы с КК
- Получат опыт составления плана развития отношений с ключевым клиентом