Продажи — это наука
со своими правилами и закономерностями

Эффективное управление отношениями с ключевыми клиентами

Целевая группа

Тренинг предназначен для сотрудников компании, которые отвечают за взаимодействие с ключевыми клиентами

Цели тренинга

- 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

Информация, необходимая для подготовки тренинга

- Продаваемые компанией услуги и товары, на которые необходимо сделать фокус на тренинге
- Стратегия продаж и конкурентные преимущества (желательно)
- Примеры ключевых клиентов компании
- Пример системы сбора и анализа информации о КК в компании (если есть)
- Информация о ближайших конкурентах компании
- Информация о динамике рынков, на которых работает компания
- Текущие KPI КАМов компании

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

Формат и длительность

1. 2 дня подряд - очное проведение
2. 4 занятия * 4 часа - очное или дистанционное проведение. Длительность занятия может быть уменьшена до 2-3 часов. В таком случае расписание будет выглядеть так:
    a. 5 занятий * 3 часа
    b. 8 занятий * 2 часа
3. Дополнительно к проведению занятий в любом из форматов предлагается провести презентацию и защиту планов развития ключевых клиентов.
    a. Участники получают шаблон разработке плана
    b. Проводят анализ реального КК
    c. Готовят план его развития на ближайший период
    d. Презентуют его руководству компании и тренеру
    e. Получают обратную связь и рекомендации
    f. При необходимости, такую презентацию планов можно проводить регулярно

Процесс

Интерактивный аналитический игровой тренинг, с большим количеством разбираемых реальных кейсов участников обучения

Методика

- Теоретическая часть включает авторские модели работы с ключевыми клиентами (КК)
- Практическая часть дает участнику навыки планирования отношений с реальными КК на основе предложенной модели
- Сотрудники принимают активное участие в групповых заданиях и 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
- Проводятся имитационные и игровые переговоры с КК

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
- Анализ стратегии по работе с КК компании
- Необходимая информация о клиенте и ее использование в процессе планирования
- Анализ и оценка имеющихся в компании ресурсов

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
- Анализ нашего предложения

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

- Анализ предложений конкурентов
- Постановка целей на взаимодействие с КК
- Анализ собственных KPI

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 нашей компании
  - KPI
  - мотивы корпоративные и личностные
  - 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 и выгод сотрудников ГВПР

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

Подготовка и ведение переговоров с КК

- Сведение воедино всей собранной информации
- Выбор определенного члена ГВПР и подготовка аргументов для контакта с ним
- Выбор стратегии переговоров
- Определение тактики ведения переговоров
- Определение границ переговоров
- Подготовка к работе с возражениями

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 – отработка навыков проведение переговоров с 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 меж-функциональных команд, распределение обязанностей и контроль потоков информации
- Управленческая функция КАМа
- 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 получат опыт проведения внутренних переговоров, с коллегами.

Оценка эффективности работы и планирование развития

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

Цель всех упражнений, проводимых в данном блоке, отработка навыка анализа показателей эффективности работы с ключевым клиентом и составление плана развития.

План развития отношений участников тренинга с выбранными ключевыми клиентами.

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

Результат

- Участники тренинга получат системные навыки управления отношениями с ключевыми клиентами
- Проанализируют имеющуюся информацию о КК 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 составлении плана развития отношений с ключевым клиентом

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