

Poziv na javni trening "Alati u održavanju odnosa sa velikim kupcima"

U ime firme Poslovna znanja i Hotela „ Sole Mio “, pozivamo Vas da uzmete učešće u okviru jednodnevnog javnog treninga, koji će biti održan u *sredu , 16. decembra 2015. godine, sa početkom u 10:00 časova, na adresi Hotela „ Sole Mio “Sentandrejski put 165, Novi Sad :*

Svoja iskustva i znanja sa polaznicima će podeliti Miodrag Kostić i mr Marko Burazor, konsultanti i treneri prodajnih i poslovnih veština.

Cilj seminara: Unapređenje veština upravljanja velikim-važnim kupcima (key account management) sa ciljem postizanja lojalnosti kupaca i održive konkurentnosti na tržištu.

Kome je trening namenjen: Izvršnom menadžmentu, zaposlenima u sektoru trgovine, komercijale, prodaje, direktorima/vlasnicima firmi, tim liderima, kao i svima koji žele da unaprede svoje lične veštine i upoznaju se sa važnim principima upravljanja velikim kupcima.

Šta polaznici dobijaju: Praktične poslovne alate za rad sa velikim kupcima koje mogu odmah upotrebiti u radu sa svojim ključnim kupcima. Takođe i prezentaciju, konsultacije sa predavačima u toku seminara, osveženje tokom pauza, uverenje o pohađanju seminara.

Kotizacija po polazniku iznosi: 6.000,00 din neto + PDV.

Rok za prijavu i uplatu: utorak , 15.12.2015. godine. Prijavljivanje se vrši putem telefona 062/281-780 nakon čega će Vam na Vaš mail biti dostavljen prijavni list, na osnovu kojeg će Vam biti poslat predračun. Kontakt osobe za sve dodatne informacije: Jelena Krtolica 062/281-780

e mail: jelena.krtolica@hotelsolemio.rs .





"Alati u održavanju odnosa sa velikim kupcima"

Hotel „ Sole Mio “Sala za sastanke (na prvom spratu),

Sreda, 16. decembar 2015. godine u 10:00 časova

Registracija učesnika: od 9:45 do 10:00 časova

Organizatori:

Hotel „ Sole Mio „ i „ Poslovna Znanja „

9:45 – 10:00	Registracija učesnika i jutarnja kafa
10:00 – 10:10	Pozdravna reč organizatora
O predavačima	<p>Predavači: Miodrag Kostić i Marko Burazor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Miodrag Kostić – je internacionalno sertifikovani menadžment konsultant (Živeo i radio u SAD-u 17 godina. Iskustvo: 4 godine vlasnik i direktor MK E Inc. Staten Island - NY, 7 godina suvlasnik i menadžer lanca maloprodajnih i u Njujorku i Honolulu, 5 godina vlasnik kompanije Web-Consulting Honolulu godina suvlasnik i direktor konsultantske kompanije Veza d.o.o. Beog programa poslovne edukacije Poslovna Znanja. • Marko Burazor - je višegodišnji poslovni konsultant iz oblasti prodaje, uprav klijentima i poslovne komunikacije Po obrazovanju je magistar ekon Ekonomskog fakulteta u Beogradu. Nosilac je sertifikata Svetske Bank Corporate Social Responsibility.
10:00 – 11:30	<p>Modul 1</p> <p>Zašto je važno koristiti alate u održavanju odnosa sa velikim kupcima?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zašto je važno dobro upravljanje (menadžment) velikim kupcima? • Zašto su lojalni kupci neophodni za opstanak vašeg biznisa? • Koji su glavni razlozi nezadovoljstva velikih kupaca? • Kako efektivno kanalisati nezadovoljstvo velikih kupaca? • Šta su alati u održavanju odnosa sa velikim kupcima? • Kako koristiti alate u održavanju odnosa sa velikim kupcima?

11:30 – 11:40	Pauza
11:40 – 12:50	<p>Modul 2</p> <p>Koje alate koristiti da otkrivete i razvijate potrebe i želje velikih kupaca?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Koje su osnovne faze-koraci tokom održavanja odnosa sa kupcima? • Šta su implicitne, a šta su eksplicitne potrebe velikih kupaca? • Kojim alatom otkriti skrivene potrebe kupaca tokom pregovora? • Kako se praktično koristi alat za otkrivanje potreba velikih kupaca? • Šta je SPIN metodologija u radu sa velikim kupcima i kako je nastala? • Kako se koristi SPIN metodologija u radu sa velikim kupcima?
12:50 – 13:20	Pauza za ručak
13:20 – 14:30	<p>Modul 3</p> <p>Koje alate koristiti za upravljanje odnosima sa velikim kupcima?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kako da identifikujete diferencijatore (vaše snage i slabosti) prema b2b kupcima? • Kako da ustanovite relativnu važnost uticaja diferencijatora na donošenje odluka? • Kako da prosudite između mogućih alternativa koristeći diferencijatore? • Kako da razvijete kriterijume donošenja odluka velikih kupaca? • Koji alat koristiti za uticanje na kriterijume donošenja odluka kupca? • Kako se koristi alat za uticanje na kriterijume donošenja odluka kupca?
14:30 – 14:45	Pauza za kafu
14:45 – 16:00	<p>Modul 4</p> <p>Kojim alatima rešavati skrivene zabrinutosti velikih kupaca?</p> <ul style="list-style-type: none"> • Šta izaziva zabrinutost i koje su skrivene posledice problema sa klijentima? • Kako rešavate pitanja u vezi skrivenih posledica problema sa klijentima? • Koja su tri smrtna greha pri upravljanju skrivenom zabrinutošću klijenata? • Kako rešavati probleme u upravljanju odnosima sa velikim kupcima? • Koji alat koristiti za rešavanje skrivenih zabrinutosti velikih kupaca? • Kako se koristi alat za rešavanje skrivenih zabrinutosti velikih kupaca?
16:00 – 16:20	Dodela uverenja o pohađanju seminara i zajedničko fotografisanje