

Trening 'Kreiranje programa lojalnosti'

Mehanizmi kreiranje "loyalty" programa i ovladavanje tehnikama za njihovo izvođenje?

Zadovoljan kupac nije više garancija za uspeh u poslu. Ono što danas razlikuje uspešne od neuspešnih je fenomen lojalnosti.

Cilj treninga

- Da steknete praktična znanja i iskustava u oblasti programa kreiranja lojalnosti.
- Da razumete suštinu relacija između kompanije i kupca - klijenta.
- Da ostvarite i održite kvalitetne odnose sa vašim kupcima - klijentima.

Kome je namenjen?

- Menadžerima prodaje kao i svim zaposlenima u neposrednom kontaktu sa kupcima.
- Svim organizacijama koje žele poboljšati prodajna znanja i motivisanost zaposlenih.
- Svima koji žele unaprediti prodajne veštine i kvalitet komunikacije sa kupcima.

Sadržaj treninga

- Lojalnost nije racionalan fenomen
- Razumevanje suštine relacija između kompanije i kupca
- Lojalnost je relacija koja nastaje po predvidljivom scenariju
- Uticaj brendiranja na doživljaj lojalnosti
- Identifikovanje tačaka u kojima kupci stiču iskustvo sa našom kompanijom
- Kreiranje scenarija za privlačenje pažnje
- Kreiranje scenarija za razvoj odnosa
- Uloga zaposlenih u krajnjem kontaktu sa kupcem
- Lojalnost kupaca je najvrednija imovina svaka kompanije

Način rada

- Primenom savremenih metoda učenja kroz akciju s intenzivnim korišćenjem grupnog rada uz direktno učešće svakog pojedinca
- Izvođenjem niza vežbi i primera (studije slučaja) vezanih za oblast timskog rada, komunikacije i unapređenja lojalnosti kupaca.

Predavač:

Danijel Tavčioski - Direktor agencije 'KAKO'

Trajanje treninga je 1 radni dan (7 sati)

Predznanje: osnove savremenog poslovanja

Plan treninga 'Kreiranje programa lojalnosti'

Mehanizmi kreiranje "loyalty" programa i ovladavanje tehnikama za njihovo izvođenje?

Trener: Danijel Tavčioski

1 dan

Vreme	Naziv dela treninga	Cilj	Aktivnost
09.00-09.15	Kafa dobrodošlice, okupljanje	Ice breaker.	
09.15-09.30	Pozdravna reč, podela materijala, upoznavanje sa polaznicima, predstavljanje.	Ciljevi treninga, predstavljanje učesnika.	
09.30-11.00	prvi modul		
09.30-10.15	Uvod. Osnovne paradigme odnosa sa kupcima. Razumevanje suštine relacija između kompanije i kupca	Predstavljanje osnovnih pojmova odnosa sa kupcima	Teorijski deo
10.15-11.00	Video prezentacija studije slučaja.	Primer uspešnog programa lojalnosti.	Studija slučaja
11.00-11.30	Pauza za kafu		
11.30-13.00	drugi modul		
11.30-12.30	Lojalnost je relacija koja nastaje po predvidljivom scenariju Lojalnost nije racionalan fenomen	Lojalnost se kreira	Teorijski deo
12.30-13.00	Praktična vežba – vežba program lojalnosti	Aktivno učešće polaznika treninga.	Radionica - vežba
13.00-14.00	Pauza za ručak		
14.00-15.30	treći modul		
14.00-14.45	Identifikovanje tačaka u kojima kupci stiču iskustvo sa našom kompanijom. Kreiranje scenarija za privlačenje pažnje i scenarija za razvoj odnosa	Uloga zaposlenih u krajnjem kontaktu sa kupcem	Teorijski deo
14.45-15.30	Praktična vežba – Uvežbavanje vidova komunikacije	Aktivno učešće polaznika treninga	Radionica - vežba
15.30-16.00	Pauza za kafu		
16.00-17.00	četvrti modul		
16.00-16.30	Priprema uspešnog programa lojalnosti	Praktično primeniti stečena saznanja	Radionica - vežba
16.30-17.00	Pitanja i odgovori	Interakcija polaznika	

Relevantne reference predavača:

Danijel Tavčioski

- Od 1989. do 2002.
Reditelj i copy-writer više od 600 reklamnih spotova, (Idea Plus DDB, Saatchi&Saatchi, Publicis) za brojne naručioce, (Hemofarm, Vojvođanska banka, Bambi, Pivara Skopje, Vlada Republike Makedonije)
Priprema i realizacija projekata marketing strategije za nastup na tržištima jugoistočne Evrope (Unilever, Coca Cola, McDonald's, Sony, Samsonite ...)
- Od 2002. do 2006.
Predavač u okviru programa edukacije, Adizes South East Europe.
Teme: Organizacija prodaje, Prodajna prezentacija, Odnosi sa klijentima, Marketing strategija, Brendiranje
- Od 2006.
Program obuka iz upravljanja marketingom "Kako?"
Marketing konsalting (Vapeks, ITM, Still ...)

Kratka biografija:

- Predavač – konsultant sa više od 15 godina praktičnog rada na kreiranju marketing strategije kompanija iz regiona
- Saradnja sa reklamnim agencijama na kreiranju i sprovođenju promotivnih kampanja.
- Copy-writer i reditelj više od 600 produkcija reklamnih video materijala za velik broj naručioaca iz različitih grana industrije.
- Posao predavača na teme iz marketinga, prodaje i komuniciranja, je započeo u Adizes Southeast Europe, 2004. godine.
- Tokom dve godine rada je uspešno održao više desetina obuka za kompanije: Telekom Srbija, Delta Sport, Sintelon, Sony, (Srbija), Societe Generale, Digit Montenegro, (Crna Gora), Bosnalijek, Tropic, Lijanovići, Mikrofin (BiH) ...
- Otvorenim seminarima na kojima je predavao prisustvovali su vlasnici, direktori marketinga i prodaje, kompanija kao NIS, Dunav Osiguranje, Daimler Chrysler, Di line-MPC Group, Vapeks, Enel, Tyfanny Production, Stevan Still, Hemel, Igumanov ...