

kod szkolenia: HR-MS / StrSprz_DL_PL

Mistrzowska strategia sprzedaży: segmentacja, persony i wyniki

To praktyczne szkolenie pozwoli Ci odkryć nowoczesne strategie sprzedaży, które realnie zwiększają skuteczność działań handlowych i pomagają lepiej odpowiadać na potrzeby klientów.



Odbiorcy szkolenia

Warsztat dedykowany jest osobom odpowiedzialnym za rozwój sprzedaży, menedżerom, właścicielom firm oraz wszystkim, którzy chcą świadomie budować przewagę konkurencyjną na rynku.



Korzyści

Korzyści z udziału w szkoleniu

- Zyskanie praktycznych narzędzi do skutecznej analizy rynku i precyzyjnej segmentacji klientów, co pozwala lepiej wykorzystać potencjał sprzedażowy.
- Umiejętność definiowania i wykorzystywania person zakupowych oraz budowania trafnych propozycji wartości, co zwiększa skuteczność ofertowania i komunikacji z klientami.
- Poznanie nowoczesnych kanałów pozyskiwania klientów oraz sposobów projektowania i optymalizacji procesu sprzedaży, w tym wykorzystania automatyzacji i narzędzi wspierających sprzedaż.
- Rozwinięcie kompetencji w zakresie monitorowania wyników sprzedażowych poprzez kluczowe mierniki efektywności (KPI) oraz wdrażania efektywnego planowania i zarządzania działaniami sprzedażowymi.
- Zwiększenie konkurencyjności firmy dzięki wdrożeniu nowoczesnych strategii sprzedażowych oraz ciągłemu doskonaleniu procesów i strategii.



Program szkolenia

Ramowy program szkolenia:

1. Analiza rynku i segmentacja

- Identyfikacja rynku docelowego i analiza potencjału
- Segmentacja klientów według kluczowych kryteriów
- Ocena atrakcyjności segmentów
- Mapowanie segmentów i wybór priorytetów
- Dopasowanie oferty do segmentów

2. Persony zakupowe i propozycja wartości

- Definiowanie person zakupowych (rola, potrzeby, motywacje)
- Tworzenie profili person
- Mapowanie ścieżki klienta
- Budowanie propozycji wartości dla person
- Testowanie i weryfikacja propozycji wartości

3. Kanały pozyskiwania klientów i procesy sprzedaży

- Identyfikacja efektywnych kanałów sprzedaży (online/offline)
- Projektowanie lejka sprzedażowego
- Automatyzacja i narzędzia wspierające sprzedaż
- Kluczowe procesy sprzedażowe i pipeline
- Optymalizacja procesów sprzedaży

4. Mierniki sukcesu i planowanie działań

- Kluczowe mierniki efektywności sprzedaży (KPI)
- Monitorowanie i analiza wyników
- Planowanie działań sprzedażowych
- Zarządzanie realizacją strategii
- Ciągłe doskonalenie strategii



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Szkolenie wymaga znajomości podstawy działań sprzedażowych.



Czas trwania

2 dni / 12 godzin

Język

polski