

SALES



Kleinzand 8

5324 EJ Ammerzoden

T. 073 6126095

www.movethecrowd.nl

info@movethecrowd.nl

DE VERKOOPONDERSTEUNER

Algemene informatie:

Anders dan verwacht is de Leerlijn Pre-sales vaardigheden niet gericht op activiteiten zoals directe klantbenadering, acquisitie, het uitvragen van de concrete behoeften van relaties of de voorbereidende werkzaamheden voor accountmanagers. De Leerlijn Pre-sales vaardigheden richt zich in het bijzonder op alle activiteiten rondom het doen van gerichte onderzoeken en het opstellen van de beste commerciële strategieën om het hoogste rendement te behalen.

Doelgroep:

De Leerlijn Pre-sales vaardigheden richt zich op ervaren commerciële medewerkers, account- of salesmanagers die, vooruitlopend op de commerciële activiteiten, onderzoek willen doen naar de beste strategieën en beste aanpak om resultaten te behalen.

Programma-onderdelen:

- Het belang van de prijs in waardecreatie
- De prijsformule
- Waardeperceptie door je klant: hoe komt u erachter?
- Schaduwcalculatie, total cost of ownership, target cost, fair price
- Het optimale pricingproces: in 7 stappen naar een beheerste en gedragen prijsstrategie en implementatie
- Prijszettingmethoden en productline pricing
- Prijsstrategieën
- Marketingplan en klantwensen
- Toepassen van de 4 P's
- Marktaandeel en marktgroei berekening
- Portfolio-analyse en de BCG-matrix
- Producten en diensten onderzoek
- Doelstellingen van onderzoeken en verkoopplanning
- SMART uitwerking van onderzoek en verkoopplanning
- Verbeteren van commerciële vaardigheden
- Verbeteren van presentatievaardigheden
- Afsluittechnieken en maken van actieplannen

Duur:

46 uur (inter)actieve E-learning

12 maanden toegang tot de online leeromgeving

Investing:

€ 299,00 excl. BTW

Inclusief:

- 12 maanden toegang tot een interactieve online leeromgeving
- Onbepaalde hulp buiten de opleidingen in de vorm van telefonische en E-mail ondersteuning.

Resultaten:

Deze opleiding zorgt voor de volgende resultaten:

- De volgende afzetmarkt en (in)directe concurrenten in kaart te brengen
- Het SWOT-model effectief in te zetten
- Hoe je de achtergronden van een marktonderzoek moet managen
- Effectief een marktanalyse op te zetten
- Onderzoeksresultaten te analyseren
- Hoe je de onderzoeksresultaten moet rapporteren en presenteren
- Op welke wijze je op basis van je onderzoeksresultaten aanbevelingen kunt voordragen
- Op welke wijze je op basis van de verkregen informatie een commercieel plan kunt uitstippelen