

دوره مذاکره فروش به سازمانها و شرکتهای (B2B)

شرح دوره

فروش به سازمانها و شرکتهای از نوع فروشهای بزرگ است. آنچه در یک فروش کوچک کار میکند، با بزرگ شدن اندازه فروش به موقعیت شما آسیب می زند. آنچه ممکن است در یک فروش کوچک کار کند، چه بسا در یک فروش بزرگ علیه شما کار کند.

در حالی که یک فروش کم ارزش ساده اغلب می تواند در یک تماس به پایان برسد، یک فروش بزرگ شاید به تماسهای متعدد در طول چندماه نیاز داشته باشد. شاید فروشهای بزرگ به زمان طولانی تری نیاز داشته باشد اما موضوع بسیار فراتر از این است. آنچه واقعا مهم است شرایط ذهنی فروشهای کوچک و فروشهای بزرگ است. افرادی که به مذاکره و فروش سازمانی به عنوان یک شغل سطح بالا نگاه می کنند همواره به مهارتی نیاز دارند که از یک فرد حرفه ای انتظار می رود.

یک جلسه خوب نمایش محصول، و خلق ارزش دریافت شده کالا یا خدمات، واجد شرایط کردن مشتری و رساندن مشتری به تصمیم خرید از جمله مهارتهای مهمی است که فروشندگان بزرگ به آن احتیاج دارند.

سرفصل

- ۱- چرخه مذاکره سازمانی بر اساس مدل نیل راکهام
- ۲- مهارتهای شروع مذاکرات B2B
- ۳- تکنیکهای معرفی محصول به سازمانها و شرکتهای در مذاکره B2B
- ۴- بستن مذاکره فروش و تعهد گرفتن از سازمانها
- ۵- تعارضات منافع و مدیریت اعتراضات مشتریان در مذاکرات B2B
- ۶- نقش های مذاکره کنندگان سازمانی (تصمیم گیرندگان، موثران، ذینفعان و موانع)
- ۷- نقش احساسات در مذاکرات B2B
- ۸- مدیریت ارتباطات کلامی و غیرکلامی در مذاکرات سازمانها و شرکتهای