

DOŁĄCZ  
DO NAS

28-29 LISTOPADA 2022 R.  
WARSZAWA

# VALUE BASED SELLING WG WOJCIECHA HERRY



Wojciech Herra

# VALUE BASED SELLING WG WOJCIECHA HERRY

Zapraszamy na najważniejsze wydarzenie rozwojowe dla profesjonalnych handlowców B2B.

Podczas dwóch dni poznasz sprawdzone strategie prezentowania rozwiązań Klientom w dobie ostrej konkurencji cenowej. Nauczysz się w jaki sposób odróżniać Twoją ofertę od konkurencji i jak budować rzeczywistą finansową i pozafinansową wartość w oczach decydenta. Nauczysz się jak rozumieć i zarządzać wieloetapowym procesem decyzyjnym.

Wszystko po to, aby budować długofalowe i rentowne relacje z Kluczowymi Klientami.

## Twoje korzyści

- Będziesz umieć szybciej docierać do Kluczowych Decydentów i umawiać spotkania z nowymi Klientami bez wykonywania setek zimnych telefonów;
- Będziesz potrafił pokazywać wymierną, akceptowaną przez Klienta wartość oferowanych produktów i usług;
- Nauczysz się skuteczniej domykać sprzedaż przewyższając obiekcje i zastrzeżenia Klientów;
- Będziesz umiał skrócić proces decyzyjny i szybciej finalizować sprzedaż;
- Zwiększysz rentowność sprzedaży bez udzielania nadmiernych rabatów i upustów.

## Uczestnicy

- **Przedsiębiorcy i właściciele firm**, którzy odpowiadają za sprzedaż i budowanie relacji z Kluczowymi Klientami;
- **Freelancerzy** oferujący swoje usługi Klientom biznesowym;
- **Handlowcy, New Business Menedżerowie, KAM**, którzy chcą podnieść skuteczność swojej sprzedaży, szczególnie w trudnych czasach;
- **Menedżerowie i pracownicy działu marketingu B2B**, którzy chcą dostarczać sprzedaży skutecznych narzędzi i wsparcia, aby w istotnym stopniu przyczynić się do realizacji celów biznesowych.

## Metody

Szkolenie ma formę warsztatu. Zajęcia stanowią połączenie wykładów, ćwiczeń grupowych oraz indywidualnych.

Z przyjemnością zorganizujemy to szkolenie w dedykowanej formie zamkniętej.  
**Zapraszamy do rezerwacji miejsc!**

## Agnieszka Tworzyńska

project manager  
a.tworzyńska@langas.pl

## Wojciech Herra

Jest przede wszystkim sprzedawcą.

Jeśli jest coś, co naprawdę lubi robić, to sprzedaż. Uwielbia podjąć decyzje, że „ta i ta firma będzie jego Klientem”, a następnie przeprowadzić cały proces sprzedaży od zdefiniowania osób decyzyjnych, przez dotarcie i umówienie spotkania z kluczowym decydentem, przez przeprowadzenie serii rozmów handlowych, aż po negocjacje i podpisanie kontraktu. Kocha adrenalinę związaną ze ściganiem się z konkurencją.

Poza tym jest przedsiębiorcą. Jego Klientami są głównie duże firmy i międzynarodowe korporacje. W związku z czym od zawsze sprzedaje do Klientów biznesowych i korporacyjnych. Przeszedł przez wszystkie etapy rozwoju: od młodszego konsultanta i umawiania spotkań z Klientami swoim starszym kolegom, poprzez konsultanta, senior konsultanta, aż po partnera międzynarodowej firmy.

Jego motto to „Ludzie komplikują sprawę, z obawy przed prostymi rozwiązaniami”.

Uwielbia dzielić się swoją wiedzą i doświadczeniem z innymi pokazując, że sprzedaż do Klientów biznesowych naprawdę jest prosta ... tylko trzeba ją zrozumieć.

więcej na [langas.pl](http://langas.pl)



# VALUE BASED SELLING WG WOJCIECHA HERRY

**VALUE BASED SELLING (VBS) to metoda sprzedaży zbudowana na trzech fundamentach:**

## **SPRZEDAŻY STRATEGICZNYCH ROZWIĄZAŃ**

VBS zakłada, że oferowane przez Ciebie produkty w istotny sposób mogą wpływać na funkcjonowanie firmy Twojego Klienta. Usprawniają procesy lub procedury. Podnoszą efektywność, wydajność lub zaangażowanie pracowników.

Pomagają ograniczać koszty nietworzące wartości lub zwiększać przychody i zyski firmy.

## **ROZBUDOWANYM PROCESIE DECYZYJNYM**

VBS to metoda sprzedaży do Klientów korporacyjnych/ biznesowych.

Biorąc pod uwagę wyżej opisany wymiar strategiczny, wybór oferty dokonywany jest na bazie decyzji różnych osób – od zarządu, po użytkowników.

## **SPRZEDAŻY PRZECIWKO KONKURENCJI**

W ramach VBS przygotowujemy modele argumentacji wartości względem trzech głównych punktów odniesienia:

- produktów i usług oferowanych przez inne firmy,
- rozwiązań i usług własnych Klienta,
- Twoich innych produktów i usług (na przykład wcześniej wykorzystywanych przez Klienta)

**TO SZKOLENIE JEST NAJBARDZIEJ PRZYDATNE, JEŚLI:**

- **Twoi Klienci są dotknięci recesją gospodarczą i zamrażają wydatki**, a Ty nadal wierzysz, że dzięki Twoim produktom i usługom mogą się rozwijać. Potrzebujesz tylko przekonać ich, do korzystania z Twoich rozwiązań.
- **Jesteś przekonany, że oferowane przez Ciebie produkty w istotny sposób mogą wpływać na funkcjonowanie firmy Twojego Klienta.** Usprawniają procesy lub procedury. Podnoszą efektywność, wydajność lub zaangażowanie pracowników. Pomagają ograniczać koszty nietworzące wartości lub zwiększać przychody i zyski firmy. Jednak nie zawsze umiesz do pokazać te elementy Twojemu Klientowi.
- **Sprzedając swoje rozwiązania poruszasz się w wieloetapowym, rozbudowanym procesie decyzyjnym.** Z uwagi na strategiczny oferowanych przez Ciebie usług, wybór oferty dokonywany jest na bazie decyzji wielu, różnych osób – od zarządu, po użytkowników.
- **Pracujesz na bardzo konkurencyjnym i homogenicznym rynku.** Inaczej mówiąc Twoje produkty i usługi są bardzo zbliżone do rozwiązań oferowanych przez Twoją konkurencję. A Ty poszukujesz sposobu na wyróżnienie się bez obniżania ceny.
- **Chcesz nauczyć się szybciej docierać do Kluczowych Decydentów** i umawiać spotkania z nowymi Klientami bez wykonywania setek zimnych telefonów.
- **Kryzys spowodował, że utraciłeś dużo wcześniej zaplanowanych zamówień** i teraz poszukujesz sposobu, aby skrócić proces decyzyjny i szybciej finalizować sprzedaż.
- **Szukasz sposobu, aby skuteczniej domykać sprzedaż** przewyciężając obiekcje i zastrzeżenia Klientów.
- **Chcesz zwiększyć rentowność** sprzedając bez udzielania nadmiernych rabatów i upustów.



# VALUE BASED SELLING WG WOJCIECHA HERRY

## DZIEŃ 1

### MODUŁ 1: ZMIANA ZACZYNA SIĘ W GŁOWIE

Wayne Gretzky mówił „Dobry hokeista jedzie tam, gdzie krążek jest. Wybitny tam, gdzie krążek będzie”. I choć ciężko jest już dziś przewidzieć wszystkie zmiany wywołane efektem Covida, to aby osiągać sukces w sprzedaży warto myśleć już dziś jak będzie wyglądał Świat Klientów i zachowania zakupowe za 3, 6, czy 12 miesięcy.

#### Z tego bloku dowiesz się:

- Dlaczego wygrywają Ci, którzy zmieniają reguły gry?
- W jaki sposób wykorzystywać okazję i dostrzegać szanse w trudnych czasach?
- Jak budować silne koalicje i wykorzystać wartość współpracy w zespole?
- Jak zarządzać rentownością portfela Klientów?

### MODUŁ 2: DLACZEGO SPRZEDAŻ OPARTA NA WARTOŚCI

Bardzo często menedżerowie, z którymi pracuję, myślą sprzedaż poprzez wartość dodaną, ze sprzedażą w oparciu o wartości. W tej części nauczysz się w jaki sposób budować i co ważne wycisnąć i prezentować wartość każdego rozwiązania oferowanego Klientowi.

#### Z tego bloku dowiesz się:

- O co chodzi w sprzedaży opartej na wartości?
- W jakich sytuacjach warto korzystać ze sprzedaży opartej na wartości?
- Kiedy sięgać po inne modele sprzedaży?
- W jaki sposób budować argumenty oparte o nieoczywiste wartości skutecznie wyróżniając się na tle konkurencji?

### MODUŁ 3: SPRZEDAŻ TO STATYSTYKA

Peter Ducker mówił „Nie możesz zarządzać czymś, czego nie mierzysz”. Skoro chcesz zarządzać sprzedażą lub lojalnością Klienta musisz mieć ją zmierzyć.

#### Z tego bloku dowiesz się:

- Jak dobrze opisać i zaplanować lej sprzedaży?
- Jak monitorować aktywności na każdym poziomie?
- Z czego składa się dobra oferta?
- Dlaczego oprócz liczby aktywności, konwersji, ważne jest, aby mierzyć czas trwania procesu sprzedaży?
- Na czym polega najważniejsze prawo leja sprzedaży?

### MODUŁ 4: TIME AND TERRITORY MANAGEMENT

Czy wiesz, że mówiąc TAK niewłaściwym Klientom, mówisz jednocześnie NIE tym właściwym?

#### Z tego bloku dowiesz się:

- „Kto nie jest Twoim Klientem”, czyli jak określać Profilu Idealnego Klienta.
- Jak ustalać kryteria oceny wartości Klienta, aby sprawnie i szybko identyfikować tych Klientów, którzy będą umieli dostrzec i docenić wartość oferowanych przez Ciebie produktów i usług.
- Jak ustalać mierniki mierzenia wartości i rentowności współpracy z Klientem, aby nie ulegać złudzeniom i nadziejom – w końcu „Hope is not a strategy”.

## DZIEŃ 2

### MODUŁ 5: PROSPECTING AND SOCIAL SELLING

Nie chodzi o to, aby spotykać się z tymi, którzy chcą się z nami spotkać, ale z tymi, którzy mogą od nas kupić. Wraz z nastaniem kryzysu decyzje przesunęły się minimum o jeden, a czasem o kilka szczebli w strukturze organizacyjnej Twoich Klientów. Osoby, z którymi do tej pory rozmawiałeś nie mogą lub nie chcą już podejmować decyzji zakupowych. Musisz na nowo zmapować cały proces decyzyjny.

#### Z tej części dowiesz się, jak:

- Mapować proces decyzyjny, aby rozumieć z kim o czym rozmawiać, aby pozyskać maksymalną liczbę sojuszników dla swojej oferty.
- Jak radzić sobie ze „stoperami”, czyli osobami, które nie chcą nas dopuścić do decydenta. Jak ich „ominąć” i jednocześnie nie robić sobie z nich wrogów.

### MODUŁ 6: SPRZEDAŻ DO KLUCZOWEGO DECYDENTA

Aby sprzedawać do VITO, musisz myśleć jak VITO. VITO, czyli Very Important Top Officer, to osoba, której akceptacji i podpisu potrzebujesz, aby sfinalizować proces sprzedaży. Jednocześnie w czasie kryzysu ta osoba nie myśli o zakupie nowych samochodów, mebli, czy komputerów lub serwerów. Rzadko kiedy myśli o wymianie firmy ochroniarskiej lub kurierskiej.

#### W tej części nauczysz się:

- W jaki sposób dotrzeć do decydenta i zainteresować go oferowanymi przez Ciebie rozwiązaniami?
- Jak prezentować siebie w profesjonalny sposób w relacji z kluczowym decydemtem?
- Jak przyspieszać proces sprzedaży poprzez skuteczną argumentację wartości biznesowych?

### MODUŁ 7: PRZEZWYCIĘŻANIE OBIEKCI I ZAMYKANIE SPRZEDAŻY

Przede wszystkim po tej części tak jak ja pokochasz obiekcje Klienta. W końcu są one sygnałem zakupu. Tak jest. Klient kwestionując wartość Twojej oferty wysłał Ci sygnał, że właśnie zaczął się nad nią zastanawiać.

#### W tej części szkolenia nauczysz się:

- Rozróżniać różne rodzaje obiekcji i zastrzeżeń Klientów.
- Dowiesz się w jaki sposób radzić sobie z poszczególnymi uwagami tak, aby pozyskiwać zaangażowanie Klienta.
- Jak zamykać sprzedaż pozyskując wiążące zaangażowanie po stronie Klienta.

### MODUŁ 8: ZARZĄDZANIE LOJALNOŚCIĄ KLIENTA

Długoterminowe i rentowne relacje są możliwe. Aby jednak je osiągnąć musimy zadbać, aby Klient widział wartość, którą uzyskuje korzystając z produktów i usług.

#### Z tego bloku dowiesz się:

- W jaki sposób wzmacniać sukces Klienta we współpracy z Tobą?
- Jak wykorzystywać relację z obecnymi Klientami dla pozyskiwania nowych projektów, korzystając z rekomendacji wewnętrznych, jak również rekomendacji zewnętrznych?
- Jak dbać o lojalność Klienta i zarządzać pięcioma wskaźnikami, aby zwiększać rentowność współpracy?





Wypełnij formularz zgłoszeniowy i prześlij na numer fax: **22 355 24 08** lub e-mail: **szkolenia@langas.pl**

## SPRZEDAŻ, ZAKUPY, NEGOCJACJE

### VALUE BASED SELLING WG WOJCIECHA HERRY

**28 - 29 LISTOPADA 2022 R.**  
**WARSZAWA**

#### LICZBA MIEJSC OGRANICZONA

- |                          |                         |                            |
|--------------------------|-------------------------|----------------------------|
| <input type="checkbox"/> | zgłoszenie do 7/11/2022 | <b>2 570 PLN + 23% VAT</b> |
| <input type="checkbox"/> | zgłoszenie od 8/11/2022 | <b>2 970 PLN + 23% VAT</b> |

#### CENA ZAWIERA

Uczestnictwo w szkoleniu, materiały, certyfikat

#### SPOSÓB PŁATNOŚCI

Przelewem w terminie 7 dni od daty otrzymania faktury proforma na konto Langas Regtech Sp. z o.o. NIP 7010991220

#### POTWIERDZENIE ZGŁOSZENIA

Po otrzymaniu formularza zgłoszeniowego prześlemy Państwu potwierdzenia przyjęcia zgłoszenia na adres e-mail podany w formularzu. Na ok. 10 dni przed rozpoczęciem wydarzenia otrzymają Państwo szczegółowe informacje organizacyjne.

#### FIRMA

##### Adres

##### Imię i nazwisko (1)

Stanowisko

E-mail

##### Imię i nazwisko (2)

Stanowisko

E-mail

##### Imię i nazwisko (3)

Stanowisko

E-mail

#### Osoba do kontaktu

(przed szkoleniem otrzyma na adres e-mail informacje o szkoleniu)

Stanowisko

E-mail

Telefon/Fax

- Wyrażam zgodę na przetwarzanie moich danych osobowych przez Langas Regtech Sp. z o.o., ul. Marszałkowska lok.15, 00-545 Warszawa, NIP: 7010991220 w celu dostarczenia informacji handlowych drogą elektroniczną, w tym pocztą elektroniczną oraz telefonicznie, z art. 6 ust. 1 lit. a rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych (RODO) oraz ustawą z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz.U. 2017 poz. 1219 z późn. zm.). Wyrażenie zgody jest dobrowolne i może być w każdym czasie cofnięte.
- Wyrażam zgodę na inicjowanie telefonicznych połączeń przychodzących z wykorzystaniem przez Langas Regtech Sp. z o.o., ul. Marszałkowska lok.15, 00-545 Warszawa, NIP: 7010991220 w celach handlowych i marketingowych zgodnie z art. 6 ust. 1 lit. a rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych (RODO) oraz z art. 172 ustawy prawo telekomunikacyjne (Dz.U. Dz.U.2016.1489 z późn. zm.). Wyrażenie zgody jest dobrowolne i może być w każdym czasie cofnięte.

#### FAKTURA

- Oświadczamy, że jesteśmy płatnikami VAT nasz nr NIP: .....
- Upoważniamy firmę Langas Regtech Sp. z o.o. do wystawienia faktury VAT bez naszego podpisu.
- Oświadczamy, że nie jesteśmy płatnikami VAT

„Oświadczam, że zapoznałem/am się z ogólnymi warunkami uczestnictwa w projektach edukacyjnych realizowanych przez Langas Regtech <https://langas.pl/wp-content/uploads/2020/09/Ogo%CC%81ne-warunki-uczestnictwa-w-projektach-edukacyjnych-realizowanych-przez-Langas-Group.pdf>

- Oświadczam, że jestem upoważniony (-na) przez firmę do podpisania formularza.