DOŁĄCZ
DO NAS

8-9.10.2024 R.
WARSZAWA

VALUE BASED SELLING WG WOJCIECHA HERRY

Wojciech Herra

LANGAS.PL

LANGAS GROUP

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

Tym samym zapraszamy na szkolenie wszystkich, którzy chcą:

- szybciej docierać do Kluczowych Decydentów i umawiać spotkania z nowymi Klientami bez wykonywania setek zimnych telefonów,
- pokazywać wymierną, akceptowaną przez Klienta wartość oferowanych produktów i usług,
- skuteczniej domykać sprzedaż przezwyciężając obiekcje i zastrzeżenia Klientów,
- skrócić proces decyzyjny i szybciej finalizować sprzedaż,
- zwiększyć rentowność sprzedając bez udzielania nadmiernych rabatów i upustów.

Uczestnicy

- **Przedsiębiorców i właścicieli firm,** którzy odpowiadają za sprzedaż i budowanie relacji z Kluczowymi Klientami.
- **Freelancerów** oferujących swoje usługi Klientom biznesowym.
- **Handlowców, New Business Menedżerów, Account Menedżerów,** którzy chcą podnieść skuteczność swojej sprzedaży szczególnie w trudnych czasach.
- **Menedżerów i pracowników działu marketingu B2B,** którzy chcą dostarczać sprzedaży skutecznych narzędzi i wsparcia, aby w istotnym stopniu przyłożyć 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
tel. 22 355 24 00
a.tworzynska@langas.pl

Wojciech Herra

Jest przede wszystkim sprzedawcą. Jeśli jest coś co naprawdę lubi robić to sprzedaż. Uwielbia podjąć decyzję, 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 sprawy, 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

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 Swiat Klientów i zachowania zakupowe za 3, 6, czy 12 miesięcy.

Z tego bloku dowiesz się:

- Dlaczego wygrywają Ci, który 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 mylą sprzedaż poprzez wartość dodaną, ze sprzedażą w oparciu o wartości. W tej części nauczysz się w jaki sposób budować i co ważne wyliczać 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 umieć 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 praz Ciebie rozwiązaniami?
- Jak prezentować siebie w profesjonalny sposób w relacji z kluczowym decydentem?
- Jak przyśpieszać proces sprzedaży poprzez skuteczną argumentację wartości biznesowych?

MODUŁ 7: PRZEZWYCIĘŻANIE OBIEKCJI I ZAMYKANIE SPRZEDAŻY

Przede wszystkim po tej części tak jak ja pokochasz obiekcje Klienta. W końcu są one sygnałem zakupowy. Tak jest. Klient kwestionując wartość Twojej oferty wysyła 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?

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 sprzeda.

Szukasz sposobu, aby skuteczniej domykać sprzedaż przezwyciężając obiekcje i zastrzeżenia Klientów.

Chcesz zwiększyć rentowność sprzedając bez udzielania nadmiernych rabatów i upustów.

ul. Marszałkowska 58 lok.15
00-545 Warszawa
tel: +48 22 355 24 00
fax: +48 22 355 24 08
www. langas.pl
e-mail: langas@langas.pl

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

VALUE BASED SELLING WG WOJCIECHA HERRY

8 - 9.10. 2024 R.
WARSZAWA

LICZBA MIEJSC OGRANICZONA

☐	zgłoszenie do 17/09/2024	**2 770 PLN + 23% VAT**
☐	zgłoszenie od 18/09/2024	**3 170 PLN + 23% VAT**

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 dostarczania 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%81lne-warunki-uczestnictwa-w-projektach-edukacyjnych-realizowanych-przez-Langas-Group.pdf

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

.....	.....	.....
podpis	data	pieczęć