



MERCURI
international

Mercuri International
MYYNTIMÄHDOLLISUUDESTA
KAUPAKSI



Miksi Myyntimahdollisuudesta kaupaksi (O2O)?

Myyjänä sinulla saatta olla **useita myyntimahdollisuuksia** harkittavanasi. Niihin kaikkiin **ei** kuitenkaan **kannata tarttua** ja onkin tärkeää oppia **erottamaan**, onko myyntimahdollisuus todellinen ja voitettavissa.

Myyntimahdollisuudesta kaupaksi
-hybridioppimispolun avulla opit analysoimaan,
johtamaan ja muuntamaan myyntimahdollisuutesi
onnistuneeksi kaupaksi!





KENELLE

Kaikille myynnin ammattilaisille, jotka haluavat lisätä taitojaan muuntaa myyntimahdollisuus kaupaksi.



KESTO

1 h 30 min digitaalista oppimista
2 päivää F2F- tai
8 h (yli 4 istuntoa) virtuaalista
luokkahuonevalmennusta



LISÄTIETOJA

Hybridioppimispolku sisältää videoita, harjoituksia, kyselyjä, ladattavia dokumentteja, interaktiivisia tehtäviä ja live-luokkahuoneistuntoja (virtuaalisia tai F2F) pelillistetyllä tavalla, jotta kokemus olisi hauskeempaa ja jännittävämpää. Koko sisältö on mukautettu tietokoneille, tableteille ja älypuhelimille.



OPPIMISPOLUN SISÄLTÖ

Vaihe 1: Myyntimahdollisuuden arviointi

Vaihe 2: Ratkaisustrategia

Vaihe 3: Kontaktistrategia

Vaihe 4: Ratkaisun esittäminen



LISÄKSI: MYYNTIMAHDOLLISUUDEN ANALYSOINTI

Työkalun avulla voit analysoida ja johtaa myyntimahdollisuuttasi ottaen huomioon kaikki siihen vaikuttavat tekijät ja prosessin jokaisen vaiheen.

SISÄLTÖ

2

VAIHE 1: MYYNTIMAHDOLLISUUDEN ARVIOINTI

Onko myyntimahdollisuus todellinen, houkutteleva ja voitettavissa?

Selvitä , miksi myyntimahdollisuus on analysoitava ja mitä on otettava huomioon ennen siihen tarttumista. Ota selvää:

- onko sinulla kaikki tarvittava tieto myyntimahdollisuudesta
- onko olemassa tarve, budjetti ja aikaraja päätöksenteolle
- ovatko volyymi, katemarginaali ja tulevaisuuden liiketoiminta houkuttelevia
- onko myyntimahdollisuus voitettavissa sen perusteella, mitä tiedät asiakasyrityksestä, päätöksentekijöiden asenteesta ja vaikutusvallasta, kilpailutilanteesta ja käytettävissäsi olevista keinoista.



VAIHE 2: RATKAISUSTRATEGIA

Miten voittava ratkaisu rakennetaan?

Jotta voit rakentaa voittavan ratkaisun, sinun on otettava huomioon 2 tärkeää tekijää:

6 myyntitilannetta

Sinun on pohdittava, missä myyntitilanteessa olet. Asiakas voi olla joko hyvin kiinnostunut ja halukas työskentelemään kanssasi tai vastustaa sinua tai yritystäsi.

Taktiikat eri myyntitilanteissa

Myyntitilanteen mukaan voit käyttää erilaisia taktiikoita, joiden avulla voit todistaa ehdottamasi ratkaisun olevan asiakkaalle paras.

Opit tunnistamaan myyntitilanteen, jossa olet ja mikä taktiikka on siinä tehokkain.



VAIHE 3: KONTAKTISTRATEGIA

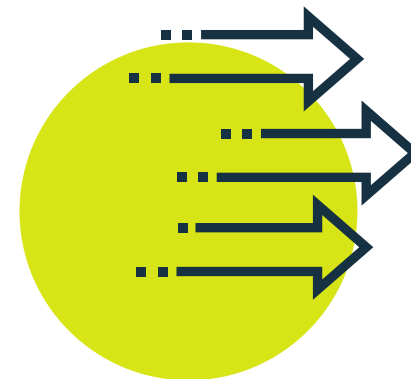
Päätöksentekoon osallistuvat henkilöt

Päätöksentekoon saattaa osallistua useita henkilöitä, joilla kaikilla on eri roolit ja eri määrä päätösvaltaa. Jotta pystyt määrittelemään päätöksentekijöiden roolit myyntimahdollisuudessasi,

- hyödynnä muistisääntöä SETUP päätösryhmän eri roolien selvittämisessä: strategiavastuu (**S**trategic), talousvastuu (**E**conomic), tekninen vastuu (**T**echnical), käyttäjä (**U**ser) ja projektinjohtaja (**P**roject leader)
- selvitä, kuinka paljon eri päätösryhmän jäsenillä on vaikutusvaltaa
- pohdi, millainen on heidän asenteensa sinua ja yritystäsi kohtaan.

Voimme jakaa henkilöt 5 erilaiseen tyyppiin: liittolaiset, epäröivät, vahvat tukijat, kielteiset henkilöt ja vaaralliset vastustajat.

Saat vinkkejä siitä, miten lisätä tai vähentää heidän vaikutusvaltaansa tavoitteenasi vahvistaa asemaasi.



VAIHE 4: RATKAISUN ESITTÄMINEN

Rakenna vaikuttava esitys

Vaikuttavan ja menestyksekkään, kuulijoiden mielenkiinnon herättävän esityksen rakentamisessa on tärkeää noudattaa joitakin erityisiä vaiheita.

Opit, miten

- rakennat esitykseesi hyvän aloituksen ja lopetuksen
- korostat ratkaisusi arvoa asiakkaalle
- mukautat esityksesi myyntitilanteeseen, jossa olet ja sovellat siihen parhaiten sopivaa taktiikkaa.

