



B2B PRODAJNI KONSULTANT

**PUT DO VRHUNSKIH
PRODAJNIH REZULTATA**

24 GODINE ISKUSTVA U OBUCI PRODAJNIH TIMOVA

1. B2B PRODAJNE VEŠTINE

Uloga B2B prodavca

- Razlika između B2B i B2C prodaje
- R.A.K.P planiranje (Rezultati, Aktivnosti, Kompetencije, Prodajna platforma)
- Sales controlling u B2B prodaji
- Sedam koraka u prodaji

Korak 1: Priprema

- Ciljevi prodajne posete
- Informacije o kupcima: PKS Partner, LinkedIn, Gugl
- Unošenje podataka u CRM
- Banka pitanja
- Korišćenje ChatGPT-a u B2B prodaji

Korak 2: Prvi kontakt sa kupcem

- DISC tipovi ličnosti kupaca
- Neverbalna komunikacija (govor tela)
- Verbalna komunikacija (šta)
- Vokalna komunikacija (kako)

Korak 3: Potrebe

- Kako kontrolisati razgovor sa kupcem i otkrivati potrebe kupca?
- Levak tehnika vođenja razgovora
- Tehnike postavljanja pitanja
- Aktivno slušanje
- Prikupljanje činjenica i formiranje mišljenja

Korak 4: Presentacija

- Šta kupci pamte tokom prezentacije?
- Presentacija kompanije, prezentacija proizvoda/usluge
- Matrica za prezentaciju: Potrebe → Koristi → Svojstva

Korak 5: Prigovori

- Vrste prigovora u prodaji
- Tehnike rešavanja prigovora
- Baza odgovora na prigovore
- Rešavanje konflikata

Korak 6: Prodaja

- Kada (ne)koristimo tehnike zaključenja prodaje
- 15 tehnika zaključenja prodaje
- Up selling
- Cross selling
- Next step u prodaji

Korak 7: Post prodaja

- Analiza prodajne posete
- Naplata od kupca
- Obzidanje kupca

2. NAPREDNE TEHNIKE PRODAJE

SPIN model prodajnog razgovora

- Zašto koristiti SPIN tehniku?
- Prednosti SPIN-a u B2B prodaji
- Razlika između SPIN-a i klasičnih prodajnih pristupa

Pitanja o trenutnoj situaciji (Situation)

- Prikupljanje ključnih informacija o trenutnom stanju kupca
- Analiza trenutnih izazova kupca

Problemska pitanja (Problem)

- Podsticanje kupca da otvoreno govori o potrebama
- Usmeravanje razgovora ka potrebama kupca bez izazivanja otpora

Pitanja dubljeg smisla (Implication)

- Razmatranje posledica kupčevog problema
- Povezivanje potreba kupca sa širim poslovnim posledicama
- Navođenje kupca da sam prepozna ozbiljnost problema

Pitanja isplativosti (Need Payoff)

- Vođenje kupca ka prepoznavanju koristi od rešenja
- Povezivanje benefita rešenja sa kupčevim ključnim potrebama
- Podsticanje kupca da vizualizuje pozitivan ishod

Simulacije

- Simulacije kroz SPIN model
- Analize simulacija
- Feedback

Tehnike zaključenja prodaje

- Kada i kako koristiti tehnike zaključenja prodaje
- Direktno zaključenje
- Vaga
- Minimiziranje cene
- Štene
- Slična situacija
- Predstojeći događaj
- Buđenje ega
- Pritisak
- Sekundarno pitanje
- Viši autoritet
- Precizno usmeravanje

3. PREZENTACIJA U B2B PRODAJI

Prodajna prezentacija

- Priprema B2B prodajne prezentacije
- Ciljevi prezentacije
- Struktura prezentacije
- Vizuelizacija
- Šta kupci pamte tokom prezentacije?
- Presentacija kompanije, prezentacija proizvoda/usluge
- Matrica za prezentaciju: Potrebe → Koristi → Svojstva

Alati za B2B prodajnu prezentaciju

- ZEN prezentacija
- Storytelling
- Storyboard
- SCQP model
- PKS model

- Princip piramide Barbara Minto
- Korišćenje ChatGPT za prezentaciju

Komunikacione veštine

- Ostavljanje upečatljivog utiska na kupce
- Tehnike ostvarivanja uticaja na kupca
- Neverbalna komunikacija i govor tela tokom prezentacije
- Odgovori na prigovore

Pomoćne veštine

- Pravilno korišćenje audio i video opreme
- Tehnike za savladavanje treme i straha

4. PRIGOVORI U B2B PRODAJI

Most poverenja sa kupcem

- Kako govoriti jezikom kupca
- Prepoznavanje načina razmišljanja kupca
- Uspešna komunikacija

Upravljanje otporom

- Razumevanje izvora otpora u prodaji
- Prepoznavanje emocionalnog i racionalnog otpora kupca
- Tehnike prevazilaženja otpora i vraćanja kontrole nad razgovorom

Neutralizacija prigovora

- Najčešći prigovori i izgovori
- Važnost ličnog stava
- Empatija
- Alati i tehnike za promenu negativnog stava kupca
- Pretvaranje zadovoljnog u prezdovoljnog kupca

Kontrola prodajnog razgovora

- Vladanje pitanjima i prigovorima kupca
- Levak tehnika postavljanja pitanja
- Usmeravanje razgovora i prigovora na željenu stranu

Baza prigovora

- Kreiranje baze prigovora
- Kreiranje baze odgovora na prigovore

Tehnike rešavanja prigovora

- Korišćenje tehnike empatija
- Korišćenje tehnike etiketiranja
- Pozitivno usmeravanje
- Korišćenje ChatGPT za kreiranje odgovora na prigovore

Cena

- Presentacija cene u ponudi
- Najčešći prigovori na cenu
- Odgovori na prigovore oko cene
- Cenkanje

MCB METODOLOGIJA

FOKUS NA IZGRADNJU POVERENJA

- Prodavci uče kako da kroz aktivno slušanje i postavljanje pravih pitanja identifikuju uju stvarne potrebe klijenta, pozicionirajući se kao pouzdani savetnici, a ne klasični prodavci.

PRODAJA VREDNOSTI, A NE DAVANJE POPUSTA

- Koristeći elemente Harvardskog modela pregovaranja, prodavci razvijaju veštine kako da fokus preusmere sa cene na vrednost, stvarajući win-win situaciju.

PRAKTIČNE TEHNIKE ZATVARANJA PRODAJE

- U obuci se koristi niz konkretnih tehnika koje podstiču klijente na kupovinu istovremeno jačajući osećaj sigurnosti i poverenja.



B2B PRODAJNI KONSULTANT

PUT DO VRHUNSKIH
PRODAJNIH REZULTATA



Ustanička 189, 11050 Beograd
+381 11 3047 126, +381 63 8500 991
office@mcb.rs, www.mcb.rs



#mcbbeograd

www.cfo-kongres.rs
www.sales-kongres.rs
www.factory-kongres.rs
www.hrm-kongres.rs
www.masterclass.rs