

Mercuri International Business School™

Mercuri International Eesti

Avatud kursuste plaan kevad 2025

| Kursused | Toimumise aeg: | Investeering osaleja kohta, € (hinnale lisandub KM) |
|---|----------------|--|
| Veebruar | | |
| Märts | | |
| Müügipsühholoogia- Usalduse loomine, hoidmine | 13 | 500 |
| Müügipersonali juhtimine | 24-25 | 850 |
| Aprill | | |
| Tulemuslik müügitöö 3.Millenniumil | 07-09 | 950 |
| Väärtuspõhine müük | 21-22 | 800 |
| Mai | | |
| Koostöö arendamine võtmekliendiga I osa | 06-07 | 1100 |
| Liidriostuste arendamine | 12-13 | 800 |
| Juuni | | |
| Koostöö arendamine võtmekliendiga II osa | 03 | 0 |

Ajaline kestvus:

Kursused 10:00 -17.00

Osalejate soovist lähtuvalt toimuvad koolitused klassiruumis või interneti vahendusel.

Kursuste lühitutvustused

Tulemuslik müügitöö 3. millenniumil

3. millenniumi müüja ei ole see, kes oli müüja 10 või 100 aastat tagasi. Kui on olemas üks valdkond, mille puhul oleme alahinnanud tehnoloogilise revolutsiooni mõju, on see kindlasti müük. Ka kõige parem müüja on kasutu, kui ta ei kohta klienti tema ostuteekonnal. Kliendi ostuteekond on muutunud ja müüja peab ajaga kaasas käima. Antud kursusesse oleme pannud kokku parima vanast ja uuest, et selgitada kuidas müüa 3. millenniumi autonoomsele informeeritud digitaalsele kliendile.

Koostöö arendamine võtmeklientidega

On selge, et võtmekliendiga koostöö arendamine ei saa põhineda vaid allahindlustel – aga millel veel? 2-osaline, võtmeklientidega tehtava töö analüüsile ja planeerimisele keskenduva tippkursuse eesmärk on õppida tundma ja kasutama Mercuri unikaalset võtmekliendihalduse mudelit. Selle abil saab osaleja tõhustada oluliste klientidega tehtavat tööd ning avardada tasuva koostöö võimalusi nii oma kui klientfirma olukorrast lähtuvalt. Kursus on suunatud võtmekliendihalduritele, juhtidele, kogenud müügiesindajatele või teistele, kes vastutavad võtmeklientidega

Müügipersonali juhtimine

Kursus on mõeldud müügijuhtidele, kes vastutavad ettevõtte müügitulemuste eest ja kellel on müügiga tegelevad alluvad. Aina konkurentsivõimelisemas maailmas on oluline, et juhid suudavad kokku panna müügimeeskonna, mis on võimeline saavutama vajalikke tulemusi. Kursuse eesmärk on arendada osaleja müügijuhtimisalaseid meetodeid ja töövahendeid tagamaks müüjate efektiivseim müügisooritus

Diferentseeritud müük / seminar

Sinu müügitulemus ei ole täna optimaalne, see saab olla parem. Millise tulemuse saavutame, see sõltub müügiolukorra mõistmisest. Müüja peab õppima mõistma kliendikäitumist igas ostu- ja otsustamisolukorras, et osata teadlikult valida efektiivseid lähenemisi ja viia müügiprotsess lõpuni. „Diferentseeritud müük“ on müügikoolitus kõigile, kes teevad müügitööd ja tahavad seda arendada enda meeskonnas, õppides tundma kliendi hoiakuid ja ootusi.

Sotsiaalmüük

90% inimestest ütlevad, et ei võta vastu külma kõnet ja 75% ostjatest väidavad, et kasutavad sotsiaalmeediat enda otsuste langetamiseks. Müüjad, kes kasutavad sotsiaalmüüki, saavutavad 51% paremaid tulemusi. Mercuri uusim koolitus Sotsiaalmüük seisneb enda kui isiku ärilise brändi ja sotsiaalse võrgustiku kasutamises info kogumiseks, suhete loomiseks ning seejärel tehnoloogia kasutamises uute võimaluste avastamiseks, müümiseks ja äri tegemiseks.

Võimalusest tellimuseni

Müügijuhtimine on muutunud ja muutumas. See ei ole pelgalt inimeste juhtimine. Tuleb luua ja juhtida erinevaid süsteeme ja protsesse. Üks sellistest süsteemidest on võimaluste juhtimine. B2B maailmas on üha enam olukordi, kus me saame müüa vaid läbi pakkumiskutsete. Mõnikord õnnestub ka varem infot saada. Kas meil on olemas süsteem ja oskused, et võimalusi tehinguteks pöörata?

Kursuste lühitutvustused

Hinna müümine / seminar

Hinna müümise koolitusel saad ülevaate sellest, kas hinna alandamine on ainus vahend tellimuse saamiseks. Mis järgneb allahindusele? Kuidas põhjendada toote ja teenuse hinda nii, et klient pakkumise väärtust aktsepteeriks? Kuidas sõlmida tehinguid ka praeguses turusituatsioonis kasumlikult?

Otsusele suunamine / seminar

Seminar „Otsusele suunamine“ on mõeldud kõigile, kes osalevad müügiprotsessis mille lõpuks on vaja saada positiivne vastus. Eesmärk on selgitada miks vaid professionaalne müügispetsialist suudab viia oma pakkumised tehingu sõlmimiseni ja kuidas saab müüja aidata kliendil otsust langetada

Assertiivne müük

Pead leidma uusi kliente, ka neid, kes pole kunagi su lahendusi ostnud. Klientide hoiak võib sinu pakutava suhtes olla ükskõikne või lausa negatiivne, nad ei oota sinult midagi. Ometi sa tead, et teda võiks su toode/teenus huvitada. Kas leppida siiski alati esimese „ei“-ga? Kindlasti mitte. Assertiivne müük on taktikaline ja järjekindel müügimeetod, mis toetab kliendi positiivse otsuse langetamist. Kursuse eesmärk on anda sügavam arusaam enda ja kliendi käitumisest, et võita rohkem ka keerulistes müügisituatsioonides.

Konsulteriv müük

Konsulteriva müügikoolituse eesmärgiks on määratleda olukorrad, kus on vaja ja saab kasutada konsulterivat müüki ning aidata osalejatel saavutada soovitud eesmäärke rasketes müügiolukordades kasutades konsulteriva müügi põhimõtteid ja vahendeid. Konsulteriv müüja kasvatab usaldust ja toetab pikaajalise suhte tekkimist kliendiga.

Strateegilised läbirääkimised

Kasulik koolitus kõigile, kes leiavad end teinekord vestluses ühte ja sama asja korrutades või enda mõtetega jänni jäädes ning kes soovivad parandada enda läbirääkimiste oskust keerulises olukorras. Kursuse peamine eesmärk on värskendada osaleja praktilisi ja teoreetilisi teadmisi ja oskusi läbirääkimistest ning tõsta nende läbirääkimiste mõjusust ja tõhusust.

Liidriostuste arendamine

Sul on alluvad või meeskonnaliikmed, kelle motiveerimine ei tundugi nii lihtne olevat. Leiad, et on raske mõista, mida nad ootavad, või mis neid innukalt tööle paneks. Uue töötaja integreerimine, vanema raskustesolija toetamine ning mahajäänute stimuleerimine – kõik see nõuab palju taipu ja oskusi. Kursuse „Liidriostuste arendamine“ eesmärk on tutvustada osalejatele meetodeid ja praktilisi abivahendeid, mille abil analüüsida ja arendada juhtimisvõimet ja liidriostusi, hinnates juhtimiskonteksti, enda ja alluva vajadusi, motiveerimise ja ressursse.