

კორპორატიული გაყიდვები

ლექტორი

გიორგი იმერლიშვილი

კურსის დრო

8 შეხვედრა (24 საათი)

სასწავლო კურსის მიზნები

ტრენინგ კურსის მიზანია დაინტერესებულ პირებს მისცეს პრაქტიკული ცოდნა გაყიდვების მართვის შესახებ, რაც გულისხმობს გაყიდვების მართვის პრინციპების დამოუკიდებლად და ჯგუფურად განხორციელებას. კურსის ფარგლებში თქვენ გაეცნობით: ძირითადი მომხმარებლის ტიპებს, მათ მახასიათებლებს და მათთან მოლაპარაკების სხვადასხვა მოდელს.

სასწავლო კურსის შინაარსი

ლექცია 1: კორპორატიული გაყიდვები და მისი არსი, სად ვეძებთ კლიენტებს?

- რა არის გაყიდვები?
- სად გვხვდება გაყიდვები?
- რა არის კორპორატიული გაყიდვები და მისი მნიშვნელობა კომპანიისთვის
- კლიენტების მოძებნა და პროაქტიური გაყიდვები
- გაყიდვების მოდელების ანალიზი
- ოპტიმალური გაყიდვების მოდელის შემუშავება
- გაყიდვების მოდელში მნიშვნელოვანი დეტალები წარმატებისთვის
- დავალება #1

ლექცია 2: საკუთარი თავის ანალიზი და განვითარება კორპორატიულ გაყიდვებში

- დავალება #1-ის განხილვა
- თვითგანვითარება
- თვითგამონწვევა
- სხეულის ენა და ჩაცმულობა
- საუბრის ანალიტიკა და განვითარება
- პროდუქტის შესწავლის განსხვავებული ხერხები

ლექცია 3: B2B ზარების სტრატეგიის შერჩევა

- სწორი მესიჯბოქსი მომხმარებელთან კომუნიკაციისას
- დამატებლობის მნიშვნელობა ცივი ზარისას
- ოფის მენეჯერების გვერდის ავლის მეთოდები
- კლიენტის ტიპები და მათი საჭიროებები
- ეფექტური კომუნიკაცია კლიენტის სხვადასხვა ტიპთან
- რა სურს რეალურად კლიენტს
- დავალება #2

ლექცია 4: შუალედური გამოცდა

ლექცია 5: მომხმარებლის მოთხოვნები, მიზნები და სწორი მოლოდინების შექმნა

- ძირითადი მოთხოვნილებები და მიზნები
- მოლოდინების მენეჯმენტი
- ურთიერთობა როგორც მნიშვნელოვანი გასაღები
- მომხმარებლის ფსიქოლოგია და სწორი სიტყვებით კომუნიკაცია
- მომხმარებლებში გავრცელებული შიშის ტიპები
- მომხმარებლის შიშების ეფექტურად მართვა

ლექცია 6: სეგმენტირება და პოტენციური მომხმარებლების მოძიება

- აუდიტორიის შერჩევა და მათთან კომუნიკაცია
- პოტენციური პარტნიორების საჭიროებები, მათი ანალიზი და სწორი კომუნიკაცია
- Win-win strategy
- აუცილებელი ქმედებები მოლაპარაკების დროს, ანუ რას აფასებს მომხმარებელი
- მოლაპარაკება, როგორც ჭადრაკის თამაშის სტრატეგია
- დავალება #3

ლექცია 7: როგორ შევქმნათ ლოიალური კლიენტები

- დავალება #3-ის განხილვა
- გრძელვადიანი ურთიერთობა და მისი ჩამოყალიბების ხერხები
- უკუკავშირი, ყურადღება და ადამიანური ფაქტორები ურთიერთობების მენეჯმენტში
- ლოიალობის სხვადასხვა ხერხები

ლექცია 8: ფინალური გამოცდა

სასწავლო კურსის შედეგები

კურსის მსმენელებს ეცოდინებათ და შეძლებენ:

- ეცოდინებათ ეფექტური გაყიდვების ინსტრუმენტები, ტექნიკა, არხები, ციკლი და ძირითადი ფუნქციონალური საკითხები;
- შეძლებენ აწარმოონ პროდუქტის გაყიდვის პროცესი, მოიძიონ და შეინარჩუნონ პოტენციური მყიდველი და ეფექტურად ჩაერთონ გაყიდვების სრულ ციკლში;

- შეძლებენ ძირითადი მომხმარებლის ტიპებთან ეფექტურ და ეფექტიან კომუნიკაციას;
- შეძლებენ სხვადასხვა პროდუქტის/სერვისის შესაბამისი სეგმენტის შერჩევას;
- განავითარებენ და აღმოაჩენენ პროდუქტის ახალ შესაძლებლობებს;
- განავითარებენ საკომუნიკაციო უნარ-ჩვევებს;
- გაიგებენ თუ როგორ გაზარდონ გაყიდვები არსებულ და მომავალ კლიენტებთან;
- ისწავლიან პრობლემური მომხმარებლების სწორად მართვას;
- პოტენციური მომხმარებლების წინაშე კომპანიის მიერ წარმოებულ პროდუქციის/მომსახურების შესაფერისი ფორმით წარდგენას;
- გაყიდვების სტრატეგიების შემუშავებას;
- გაყიდვების მართვის მნიშვნელოვანი ასპექტების სწორად გამოყენებას;
- ძირითად მომხმარებლების ტიპებთან ეფექტურ კომუნიკაციასა და მოლაპარაკებას.

სასწავლო კურსის მოთხოვნები

სასწავლო კურსის შეფასება

კურსის დასრულების შემდეგ გაიცემა სერტიფიკატი:

კურსის წარმატებით დასრულების სერტიფიკატის მისაღებად სტუდენტმა უნდა მოაგროვოს მინიმუმ 71 ქულა.

კურსის მინიმუმ 91 ქულაზე დასრულების შემთხვევაში, სტუდენტი ლექტორისგან მიიღებს წერილობით დახასიათებას/რეკომენდაციას.

ლექტორის შესახებ

- გიორგი იმერლიშვილი ამჟამად არის ჯგუფის ბრენდ-მენეჯერი კომპანია GD-Alco-ში, (მუშაობს ისეთ ბრენდებთან როგორც არის Chivas, Jameson, Absolut, Martini, Grey goose, Ballantines and etc.);
- არის ასისტენტ პროფესორი ბიზნესისა და ტექნოლოგიების უნივერსიტეტში. კითხულობს ლექციებს 4 უნივერსიტეტში გაყიდვებისა და მარკეტინგის მიმართულებით;

- აქვს 7 წლიანი გამოცდილება გაყიდვების მიმართულებით, როგორც წინა ხაზის გაყიდვების, ისე ხელმძღვანელ პოზიციაზე;
- გიორგი გაყიდვებისა და მარკეტინგის მიმართულებით, კონსულტაციებს უწევს როგორც start-up-ებს, ასევე არსებულ კომპანიებს.