



Abych nepřišel o ty, kteří nás živí: Jak pečovat o klíčové VIP zákazníky, aby neměli důvod odejít

Na objednávku - Prodej a jednání se zákazníky

Co se stane, když od vás odejde?

Když vás opustí?

A když u vás přestane utrácet všechny peníze, na které jste si od něj zvykli... a začne je utrácet u konkurence?

Když odejde nějaký ten malý zákazník, který objednává málo a jen občas, nic tak velkého se nestane: Přijdou a nahradí ho další. A v pokladně to nepocítíte.

Ale co se stane, když od vás odejde některý z těch největších deseti?

Nebo dokonce všichni najednou?

Protože se skamarádili se zástupcem konkurence.

Protože jim konkurence nabídla lepší podmínky.

Protože nebyli spokojeni s tím, co od vás dostávají.

Protože... (kterýkoliv z důvodů, proč vás zákazníci někdy opustili).

Aby podobné přešlapy, opomenutí a chyby nepřipravily o VIP zákazníky i vaši firmu, všichni vaši pracovníci by měli vědět, kdo jsou těmi, které ztratit nesmí.

A aby dokázali zareagovat ve všech situacích tak, aby se to nestalo, celý postup se naučí na speciálním semináři **"Abych nepřišel o ty, kteří nás živí: Jak pečovat o klíčové VIP zákazníky, aby neměli důvod odejít"**.

Na semináři se dozví...

Kdo je klíčovým zákazníkem... i když se nezdá

- Jak seřadit zákazníky, aby bylo vidět, kdo jsou ti důležití
- Jakou otázku si položit u každého zákazníka a proč
- Jak rozpoznat zákazníky, kteří ovlivňují ostatní
- Co si o zákaznících zjistit na internetu a kde
- Jaké tři otázky položit zákazníkům, abyste odhalili jejich potenciál

Získali jsme VIP objednávku... a co teď?

- Jak zákazníkovi správně potvrdit jeho rozhodnutí (a proč)
- Jak odhalit nejrizikovější místa zakázky a jak si je pohlídat
- Za co nám zákazníci vlastně platí... a proč to není jen práce, zboží či materiál

- Jak zařídit, aby ve firmě všichni věděli, že dělají na VIP zakázce
- Jak stanovit kompetence a pravidla, aby se nic nezadrhlo

Jak se v průběhu starat o VIP zákazníky

- Co způsobíte podlézáním a co očekávají dnešní zákazníci
- Kdy stanovit key account managera a kdy stačí jen určit odpovědnou osobu
- Kdy má za nás jednat se zákazníkem jen jeden (a kdy jich může být víc)
- Které drobnosti udělají ve výsledku víc, než cena či kvalita odvedené práce
- Co všechno zákazník promine a odpustí, pokud uděláte tuto věc
- Jak reagovat, když zákazník požádá o slevu či jinou výhodu
- Jak si pohlídat, abyste vstřícným krokem nenastavili očekávání do budoucna

Sejde z očí, sejde z mysli: Jak si udržet povědomí VIP zákazníků

- Jak často zákazníky potkávat, aby na nás nezapomněli
- Kdy jsou obědy, večere a večírky nutné a kdy ne
- Jak správně odhadnout vhodné dárky a pozornosti
- Jak se zviditelnit mezi rozhodovateli, i když stále jednáte s vykonavateli
- Co udělat, pokud si zákazník už dlouho nic neobjednal

Když vznikne problém nebo zaútočí konkurence: Plán první pomoci

- Kdy vznikají nejčastější problémy a útočí konkurence
- Co si o situaci zjistit před tím, než zareagujete
- Co od nás zákazník v těchto chvílích čeká (i když to neřekne)
- Jak dopředu nastavit rozhodovací pravomoce, komu a do jaké výše
- Která reakce nám zákazníka ještě víc přimkne (a která jej odpudí)

Jak proměnit běžné zákazníky v ty klíčové

- V čem se liší vztah s běžnými a s VIP zákazníky
- Jak tyto vztahy vznikají a jak podpořit jejich růst
- Co musíme udělat, abychom získali větší důvěru
- Jak si nás zákazníci testují a jak to poznat
- Proč nemusíme být s VIP zákazníky osobní přátelé a přesto si je udržet

Když klíčový zákazník začne zneužívat své pozice

- Kdy je závislost na několika VIP zákaznících hrozbou
- Kdy se promění VIP zákazník v pekelného zákazníka
- Jak rozpoznat hranici mezi VIP a peklem
- Jak se zbavit závislosti na problémových VIP zákaznících
- Kdy poslat problematického VIP zákazníka ke konkurenci a jak

Proč se na tento seminář přihlásit všechny vaše pracovníky

Slyšeli jste o těch případech, jak chování řidiče připravilo firmu o nejlepšího zákazníka? Jak administrativní chyba v účtárně způsobila ztrátu důvěry a odchod těch největších odběratelů? Nebo jak drobné opomenutí v servisu způsobilo, že VIP zákazníci přešli ke konkurenci?

Ztrátu těch nejlepších zákazníků nezpůsobují velké události: Příčinou jejich odchodu jsou často drobnosti. Ty se ale postupem času nasčítají. A jak víme, stokrát nic umoří i vola.

Na začátku si samozřejmě dáváme pozor. Postupem času si ale na VIP objednávky zvykneme. Stanou

se běžnými. Přestaneme se tak soustředit. Nevěnujeme si jim tolik. Začneme polevovat. A jednoho dne se dozvíme, že odešli jinam.

Proč? Vlastně to ani nedokážou vysvětlit. Nezpůsobil to totiž žádný jeden konkrétní důvod. Pohár jejich trpělivost prostě jen přetekl.

Protože se na práci pro VIP zákazníky podílejí všichni vaši pracovníci, každý z nich k vám může svým chováním VIP zákazníky více přimknout... nebo je odpudit. Na tomto semináři si proto projdeme postupy, jak o VIP zákazníky pečovat na všech úrovních. A získáte tak jistotu, že vaši lidé VIP zákazníky udrží.

- Typ: [Prodej a jednání se zákazníky](#)
- Úroveň: [Nevyžaduje předchozí znalost tématu](#)
- Cena semináře: 2 950 Kč bez DPH

Přihlášení na seminář

Abych nepřišel o ty, kteří nás živí: Jak pečovat o klíčové
VIP zákazníky, aby neměli důvod odejít

[+420 585 227 076](tel:+420585227076)