Ofenzivní marketing: Jak zaútočit na konkurenci a při stejném úsilí prodávat více

Na objednávku - Prodej a jednání se zákazníky

Myslíte si, že by některý z vašich konkurentů mohl ohrozit i vaši firmu?

A nebylo by lepší, kdyby to bylo obráceně: zákazníky ztratí vaše konkurence... a vy budete tím, kdo je získá?

Po absolvování speciálního semináře **"Ofenzivní marketing: Jak zaútočit na konkurenci a při stejném úsilí prodávat více"** budete vědět, jak to udělat. Uslyšíte, jak využít skrytých rezerv vaší firmy, poznáte, jak získat nové zákazníky a dozvíte se, jak bez zvýšeného úsilí trvale zvyšovat tržby.

Pod vedením lektora se zkušenostmi z České republiky, USA, Kanady a západní Evropy se na semináři dozvíte...

1. Jak najít ve vaší firmě skryté rezervy
Zjistíte, jak se bránit "pasivitě úspěchu". Uslyšíte, jak vytvořit příležitosti pro vznik nových nápadů. A naučíte se je vyhledávat.

2. Jak dosáhnout vyšších tržeb
Dozvíte se, co musíte před zahájením prodejního útoku udělat. Poznáte, jak vám tato příprava usnadní práci v budoucnosti. A zjistíte, jak vám pomůže úspěšně zvládnout každodenní rozhodování.

3. Jak se pojistit informacemi
Uslyšíte, jak a kde hledat informace, které potvrdí nebo vyvrátí správnost vašeho rozhodnutí. Zjistíte, že mnoho z těchto informací již máte... a neumíte je jen správně "přečíst". A poznáte, jak hodnotit vaše produkty z pohledu zákazníka.

4. Jak vybrat "útočné" produkty budoucnosti
Zjistíte, jak rozlišit mezi vašimi produkty podle ziskovosti, prodejního potenciálu a růstu. Uvidíte, jak vybrat "útočné" produkty. A dozvíte se, jak výrazně se jim věnovat.

5. Jakou zvolit strategii
Dozvíte se, jak z vašich představ vytvořit "plán útoku". Uslyšíte, jakých chyb se zde vyvarovat. A zjistíte, proč na tom není nic složitého.

6. Jak využít vaše "zbraně"
Získáte pět konkrétních nástrojů, které vám pomohou zvyšovat tržby. A dozvíte se, jak do své snahy zapojit i vaši "armádu" pracovníků.

Program semináře:

Kde hledat a jak odhalit skryté rezervy

- Proč je "pasivita úspěchu" jistým začátkem konce firmy
- Co je nutné udělat pro dlouhodobé přežití
- Proč se musí z vaší firmy stát "živý organismus" a jak toho dosáhnout

Jak můžete vyšší tržby s jistotou "naplánovat"

- Proč musíte už dnes vědět, jak bude vaše firma vypadat za pět nebo deset let
- Proč nelze bez představy přežít a kdo je toho příkladem
- Jak poznat, zda je vaše představa zdravá
- Jak z představy vyplynou marketingové cíle
- Jak znalostí cíle určit směr
- Jak korigovat vaše představy s možnostmi reality

Jak si pojistit úspěch průzkumem a informacemi

- Jak vám průzkum pomůže určit priority
- Na co se při průzkumu zaměřit uvnitř i vně vaší firmy
- Co jsou "informační instinkty" a proč jsou důležité pro přežití
- Jak odhalit skutečné motivátory poptávky po vašich produktech
- Jak hodnotit vaše produkty z pohledu ceny a přínosu... pro zákazníka

Jak vybrat "produkty budoucnosti"

- Jak se dívat na vaše produkty pohledem ofenzivního marketingu
- Jak vám při výběru "útočných produktů" pomůže rozdělení na sortimentní položky
- Co je krycí příspěvek a jaký má vliv na tržby
- Proč existuje několik druhů zisku a jaký použít pro vnitřní analýzu firmy
- Jak prostřednictvím sortimentního kříže analyzovat vaše produkty a jejich schopnost konkurence
- Co je nosný sortiment, sortiment budoucnosti, výběhový sortiment a jak ovlivňují tržby
- Jak sledováním "vnitřního času" zabránit skladům přeplněným neprodejným zbožím
- Jak poznat růstový potenciál

Jak vytyčit trasu k prosperitě

- Jaké poznat podstatné informace pro ofenzivní marketing a jak je využít
- Jak připravit plán útoku
- Proč plánovat od jednotlivostí k celku a ne naopak
- Jakou pozornost věnovat "produktivním" a "útočným" produktům
- Proč je "marketingový plán" nepřesným výrazem a co je ve skutečnosti jeho výstupem
- Co je "MIS" a jak vám pomůže při tvorbě útočné strategie
- Proč se neobejdete bez "manažerského účetnictví" a jak jednoduché je jeho zavedení

5 taktických zbraní pro dosažení vyšších tržeb

- Jak vám Paretův princip pomůže vytvořit konkrétní plán "úderu"
- 4 parametry produktu, které rozhodnou o úspěchu
- V čem spočívá princip ofenzivní cenové strategie
- Co je "objemová citlivost" a jak ji využít při tvorbě ceny
- Proč se distribuce netýká jenom zboží
- Jak využít vlivu reklamy a propagace
- Jak vybírat, trénovat a motivovat vaši "armádu" pracovníků a obsadit jimi důležité pozice
- Jak si ověřit, že váš postup je správný... a nebát se jej podle situace měnit
- Jak vybírat, motivovat a trénovat obchodníky, kteří nebudou nabízet, ale prodávat
- Jak si ověřit, že postupujete správným směrem... a nebát se jej změnit

Jak jsou se seminářem spokojeni lidé, kteří jej již absolvovali

"*Líbil se mi věcný, zajímavý a místy i humorný výklad lektora.*" Jiří Cetl
"*Seminář výrazně předčil má očekávání. Nejvíce mě zaujal zajímavý výklad lektora, protkaný mnoha praktickými příklady.*" Martin Myslivec
"*Nejvíce jsem ocenil množství praktických příkladů.*" Ing. Jiří Hlava
"*Každému, kdo chce být v obchodě úspěšný, doporučuji účast na tomto semináři. Nebude zklamán a pro svou praxi si odnese nové poznatky a podněty.*" Miloslav Langer

Objednejte si tento seminář pouze pro vaše pracovníky

Pokud chcete v této oblasti zdokonalit více pracovníků najednou, tento seminář (nebo jemu podobný) můžeme uspořádat i v termínu a místě, které si určíte sami a pouze pro vaše pracovníky. (K dosažení efektivního přínosu stačí pro realizaci semináře již skupina 8 - 12 účastníků.) Zatelefonujte na 585 227 076 nebo napište na namiru@cvc.cz a my pro vaše pracovníky připravíme nezávazný návrh vzdělávacího programu "na míru".

- Typ: Prodej a jednání se zákazníky
- Úroveň: Předchozí znalost tématu výhodou, ale není nutná
- Cena semináře: Na vyžádání

Přihlášení na seminář

Ofenzivní marketing: Jak zaútočit na konkurenci a při stejném úsilí prodávat více

+420 585 227 076