



Unapređenje prodaje i usluga u IT-u suradnjom prodajnog i neprodajnog osoblja

*Upselling, cross-selling, integrative selling, storytelling i customer service u
praksi*

Vodič kroz program

Program izradio: Mr.sc. Marin Aničić, prof. psih.

Sadržaj

1. Mini ŠTO	3
3. Što čini program? – opis sadržaja programa	5
3.1. Prvi modul - Komunikacijske tehnike i Customer Service	5
3.2. Drugi modul - B2B prodajne tehnike.....	6
4. KAKO će program biti izveden i kako se prijaviti	8
4.1. Metodika.....	8
4.2. Raspored programa	9
4.3. Cijena programa.....	10
5. ŠTO AKO imate neko pitanje na koje nismo odgovorili?.....	11
6. Edukatori programa	12

1. Mini ŠTO

Unapređenje prodaje i usluga u IT-u suradnjom prodajnog i neprodajnog osoblja edukacijski je program namijenjen tehnološkim i IT kompanijama koje žele sustavno povećati prodajne rezultate, lojalnost i zadovoljstvo klijenata kroz bolju suradnju prodajnog i stručnog osoblja.

Program povezuje customer service, poslovnu komunikaciju i suvremene B2B prodajne tehnike: upselling, cross-selling, consultative selling, storytelling, integrativnu prodaju i postprodaju.

Posebnost programa je u tome što ne razvija samo prodajne predstavnike, nego i zaposlenike koji nisu formalno u prodaji, ali su u redovitom kontaktu s klijentima: podršku, konzultante, developere, projekt menadžere, inženjere i voditelje timova.

Program se izvodi uživo, prema workshop principima, kroz 14 poglavlja od po 90 minuta. Ukupno trajanje programa je 28 školskih sati. Grupe su uobičajeno do 16 polaznika, kako bi se osigurao intenzivan rad, vježbanje i povratna informacija.

Program se sastoji iz dva modula:

- 1. modul - Komunikacijske tehnike i Customer Service: 4 poglavlja / 8 školskih sati
- 2. modul - B2B prodajne tehnike: 10 poglavlja / 20 školskih sati
- Ukupno: 14 poglavlja / 28 školskih sati
- Moguća izvedba: cijeli program ili pojedinačni blokovi od dva poglavlja



2. ZAŠTO sudjelovati?

U IT i drugim tehnološkim kompanijama velik dio prodajnog potencijala nastaje u svakodnevnim kontaktima s klijentima: kroz implementaciju, podršku, konzultacije, rješavanje problema, prezentacije novih mogućnosti i postprodajnu komunikaciju. Upravo zato prodaja više nije samo zadatak prodajnog odjela.

Program pomaže kompanijama da prepoznaju i iskoriste prilike za rast prihoda iz postojećih klijenata, bez agresivne prodaje i bez narušavanja odnosa s klijentom.

Sudjelovanjem u programu polaznici uče kako:

- bolje razumjeti potrebe, motive i prigovore B2B klijenata
- strukturirano voditi razgovor od otvaranja do dogovora
- koristiti SPIN, ROI argumente, storytelling i de-risk pristup
- povećati uspješnost upsellinga i cross-sellinga kod postojećih klijenata
- prepoznati prodajne signale u postprodaji, podršci i konzultantskom radu
- uključiti stručno / neprodajno osoblje u poticanje prodaje na prirodan i vjerodostojan način
- izgraditi odnos povjerenja i dugoročnog partnerstva s klijentima
- smanjiti izgubljene prodajne prilike i unaprijediti koordinaciju prodaje, podrške i tehničkih timova

Cilj nije naučiti polaznike agresivno prodavati, nego razviti praktične vještine kojima se klijentu pomaže donijeti bolju odluku, uz jasnu poslovnu vrijednost za obje strane.



3. Što čini program? – opis sadržaja programa

Program je strukturiran u dva modula. Prvi modul razvija temeljne komunikacijske i customer service vještine potrebne za kvalitetan odnos s klijentima. Drugi modul razvija konkretne B2B prodajne tehnike, od pripreme i otvaranja razgovora do postprodaje, dodatne prodaje i završnog ispitivanja.

3.1. Prvi modul - Komunikacijske tehnike i Customer Service

Ukupno trajanje ovog modula je 8 školskih sati, a sastoji se od slijedeća 4 poglavlja po 90 minuta:

1. Ključevi uspješne poslovne komunikacije

Slušanje i govor, izbjegavanje kratkih spojeva u komunikaciji, aktivno slušanje, povratne informacije i korektivni feedback.

2. Stvaranje odnosa povjerenja s klijentima i suradnicima

Prvi dojam, govor tijela, neverbalna i paraverbalna komunikacija, rapport, poslovni bonton u e-mailu, telefonu i virtualnim sastancima.

3. Customer Service i rješavanje prigovora i neugodnih situacija s klijentima

Trenuci istine, reakcije na nezadovoljstvo klijenta, deeskalacija, profesionalna distanca i konstruktivna komunikacija u konfliktu.

4. Kako uvjeravati, prezentirati, podučavati i prilagođavati se različitim tipovima osobnosti

Prilagodba stila komunikacije, tehnike uvjeravanja, Kolbov model prezentiranja i podučavanja te Da-ali tehnika.



3.2. Drugi modul - B2B prodajne tehnike

Ukupno trajanje ovog modula je 20 školskih sati, a sastoji se od slijedećih 10 poglavlja po 90 minuta:

1. O prodaji

Što je prodaja, zašto ljudi kupuju, 8 koraka B2B prodajnog procesa, generiranje leadova i priprema.

2. Otvaranje

Rapport u 6 koraka, prvi dojam, zrcaljenje, autentičnost i elevator pitch u 5 koraka.

3. Situacija

SPIN model, situacijska, problemska, implikacijska i need-payoff pitanja te ROI argument.

4. Prodajna prezentacija 1. dio

Prvih šest koraka prezentacije: hook, mini što, zašto, što, kako i što ako.

5. Prodajna prezentacija 2. dio

Dokazivanje, storytelling u 7 koraka, demo, rezime i CTA.

Storytelling



6. Rješavanje prigovora

Da-ali tehnika, reframing, pretvaranje NE u DA i de-risk pristup.

7. Dogovor - tehnike zatvaranja

Osam tehnika zatvaranja: pretpostavljeno, sažimajuće, mekano, alternativno, testno, value close, next step close i kombinirano zatvaranje.

8. Postprodaja i dodatna prodaja

Praćenje implementacije, Customer Success, podrška, upselling, cross-selling, mjerenje zadovoljstva i lojalnosti.

9. Integrativna prodaja i inspirirajuća iskustva

Trusted advisor pristup, tri dimenzije proizvoda, emocionalna inteligencija, jednadžba povjerenja, prodajni stilovi i proaktivnost.

10. Završno ispitivanje

Provjera razumijevanja, demonstracija odabranih tehnika, završni feedback i akcijski plan primjene.



4. KAKO će program biti izveden i kako se prijaviti

4.1. Metodika

Program se izvodi uživo i organiziran je prema workshop principima. Naglasak je na iskustvenom učenju, demonstracijama, timskom radu, igrama uloga i radu na primjerima iz stvarne poslovne prakse polaznika.

Tijekom programa polaznici dobivaju povratne informacije od trenera i grupe, vježbaju prodajne razgovore, izradu prezentacija, odgovore na prigovore i konkretne dogovore sa sljedećim koracima.

Temeljne metode rada:

- prezentacije ključnih teorijskih koncepata
- demonstracije i analize prodajnih situacija
- igranje uloga i simulacije razgovora s klijentima
- grupne vježbe, timski rad i razmjena iskustava
- video snimanje prezentacija kada je primjenjivo
- feedback trenera i kolega
- izrada akcijskog plana primjene u vlastitom radu

NAPOMENE:

1. Prvi modul programa *Komunikacijske tehnike i Customer Service* namijenjen je svim zaposlenicima tehnoloških kompanija
2. Drugi modul programa *B2B prodajne tehnike* namijenjen je zaposlenicima prodaje, marketinga i podrške korisnicima.
3. Program se može dodatno prilagoditi specifičnim izazovima naručitelja, stvarnim prodajnim situacijama, prigovorima klijenata i prioritetima prodajnog tima.



4.2. Raspored programa

Program se može izvesti u kontinuitetu, u više dana, ili kroz sedam blokova od po dva poglavlja tj. 7 poludnevnih susreta. Svaki blok traje 180 minuta, odnosno 4 školska sata

Blok	Modul	Poglavlja	Sadržaj	Trajanje
1	1	1, 2	Ključevi poslovne komunikacije; odnos povjerenja s klijentima i suradnicima	2*90 min
2	1	3, 4	Customer Service; uvjeravanje, prezentiranje i prilagodba tipovima osobnosti	2*90 min
3	2	5, 6	O prodaji, Customer Journey; otvaranje razgovora, rapport i elevator pitch	2*90 min
4	2	7, 8	Situacija i SPIN; prodajna prezentacija 1. dio	2*90 min
5	2	9, 10	Prodajna prezentacija 2. dio; rješavanje prigovora	2*90 min
6	2	11, 12	Dogovor i tehnike zatvaranja; postprodaja i dodatna prodaja	2*90 min
7	2	13, 14	Integrativna prodaja i inspirirajuća iskustva; završno ispitivanje	2*90 min

Customer Journey 7 faza



4.3. Cijena programa

Cijena cijelog programa: 5.250,00 EUR + PDV.

Cijena pojedinačnog bloka od dva poglavlja: 750,00 EUR + PDV.

U cijenu su uračunati svi materijali programa, eventualni putni troškovi i troškovi smještaja predavača - poslovnih trenera na području Republike Hrvatske. Nema skrivenih troškova.

Prijava i dogovor oko termina mogući su putem e-maila josipa@icpeducation.com.



5. ŠTO AKO imate neko pitanje na koje nismo odgovorili?

Slobodno nas kontaktirajte putem e-maila ili telefonom kako bismo dali dodatna pojašnjenja, predložili najbolju dinamiku izvedbe ili pomogli odabrati blokove koji su najrelevantniji za vašu organizaciju.

Moguća pitanja koja je korisno razjasniti prije izvedbe programa:

- koje grupe zaposlenika uključiti u program
- treba li izvesti cijeli program ili samo pojedine blokove
- koje stvarne prodajne situacije i prigovore uključiti u vježbe
- kako pripremiti polaznike da program bude maksimalno praktičan
- koji su ciljevi kompanije u pogledu prodaje, postprodaje, upsellinga i cross-sellinga



6. Edukatori programa



Marin Aničić

Magistar znanosti, polje ekonomija. Profesor psihologije. Stručnjak s više od dvadeset godina iskustva na području poslovne edukacije. Osnivač je i direktor Internacionalnog centra za profesionalnu edukaciju. Vodio je brojne in-house poslovne seminare i treninge iz područja poslovne komunikacije, upravljanja odnosima s klijentima, menadžmenta i osobne učinkovitosti. Na njegovim seminarima sudjelovalo je više od 5000 polaznika kompanija iz Hrvatske i BiH, uključujući brojne IT kompanije.

Marin Aničić je voditelj programa i zadužen je za metodiku, strukturu, povezivanje modula i izvedbu dijelova programa iz područja poslovne komunikacije, customer service-a, B2B prodajnih tehnika i rada s polaznicima.



Maša Anđić

Diplomirala je elektrotehniku, smjer telekomunikacije, te magistrirala poslovnu administraciju (MBA) na IE Business School u Madridu. Iskusna je menadžerica i konzultantica s gotovo 25 godina profesionalnog iskustva u području menadžmenta i prodaje u IT-u, telekomunikacijama, turizmu i drugim industrijama. Radila je u Deloitteu, Hrvatskom Telekomu i IBM-u, gdje je vodila prodajne i menadžerske uloge na regionalnoj i EMEA razini. Od 2024. vodi vlastitu konzultantsku tvrtku Pleione World.

Maša Anđić sudjeluje u dijelovima programa vezanim uz B2B prodaju, integrativnu prodaju, trusted advisor pristup, proaktivnu prodaju i inspirirajuća iskustva iz prakse.