



Современные инструменты продаж IT- продуктов и решений

Код курса: SLIT-1054

Современные инструменты продаж IT- продуктов и решений

Код курса: SLIT-1054

Длительность	16 ак. часов
Формат	Очно; Дистанционно
Разработчик курса	Softline
Тип	Учебный курс
Способ обучения	Под руководством тренера

О курсе

Современным IT-компаниям становится все трудней работать на высококонкурентных и насыщенных рынках. С уходом многих западных IT-вендоров появляется возможность заполнить опустевшие рыночные ниши. Но покупатели становятся все более опытными и требовательными, они привыкли к высокому уровню сервиса и поддержки, поэтому одними коммуникативными технологиями тут не обойтись. Необходимо понимать потребности клиентов и покупателей, технологию и мотивы, которыми они руководствуются, совершая покупки, уметь проводить диагностику и сегментирование их желаний, эффективно определять их психологические портреты. Современный продавец уже не может позволить себе просто продавать IT-продукты, с точки зрения маркетинга ему необходимо продавать IT-решения для бизнеса или ТВЕ совокупный бизнес-опыт использования подобных решений. Данный курс построен в строго логической последовательности и состоит из самостоятельных маркетинговых инструментов и технологий, которые в процессе обучения будут органично выстроены в единую схему процесса продаж. При желании данные инструменты и технологии можно будет формализовать, и интегрировать в бизнес-процесс работы компании.

Подробная информация

Профиль аудитории: менеджеры по продажам, менеджеры проектов, Product manager, Brand manager, менеджеры по маркетингу

Цели:

- познакомить участников с маркетинговой составляющей процесса-продаж
- оснастить участников всем необходимым для ведения эффективных продаж IT-продуктов и решений, объемом теоретических знаний, инструментов и некоторым практическим опытом их использования
- сформировать у участников умение эффективно осуществлять процесс продаж IT-продуктов и решений

Предварительные требования: понимание основ маркетинга

По окончании курса слушатели смогут:

- воспринимать продажи с точки зрения комплексного маркетингового процесса (расписанного по этапам)
- изменить (дополнить, структурировать, систематизировать) свое видение и понимание технологии ведения всех этапов процесса продаж IT-продуктов и решений
- более четко и точно понимать и анализировать причины и мотивы покупок, совершаемых клиентами\покупателями
- планировать и управлять процессом покупки клиентом\покупателем IT-продуктов и решений
- использовать исчерпывающий набор технологий и инструментов, позволяющий эффективно продавать и продвигать IT-продукты и решения любой сложности Hard & Soft (CRM, ERP, бухгалтерские программы и тд.).

Программа курса

Модуль 1. Процесс продаж и его компоненты с точки зрения маркетинга

- Определение понятия продажи с точки зрения двух подходов коммуникативного и маркетингового.
- Отличия классического коммуникативного подхода ведения продаж от маркетингового.
- Основные ошибки при ведении продаж IT-продуктов и решений. Практика Российских компаний
- Продажи как комплексный маркетинговый процесс.
- Активные и пассивные продажи.
- Существующие способы/подходы ведения продаж.
- Процесс продаж IT-продуктов и решений в соответствии с их «CLF» жизненным циклом.
- Продажи upgrade, сервисов, дополнений.
- Построение графической схемы процесса продаж IT-продуктов и решений.
- Основные компоненты процесса продаж: «Виды\способы продаж», «Продукт-решение-услуги», «Цена», «Презентация», «Технология покупок», «Мотивы покупок», «Мотивы поведения покупателей»
- Постпродажная работа с клиентом как инструмент развития и поддержания лояльности покупателей.

Модуль 2. IT-продукт-услуга с точки зрения маркетинга

- Что мы продаем на самом деле, IT-продукты, их свойства, ключевую пользу или IT-решения?
- Значимость ассортимента IT-продуктов и решений для бизнеса компании и ее покупателей.
- Понимание IT-продуктов и решений как маркетинговой системы.
- Умение доступно и лаконично описать все основные преимущества своих IT-продуктов и решений.
- Цена как неотъемлемая составляющая IT-продуктов и решений.
- Модель «цена и стоимость IT-продуктов и решений».
- Что выбрать ценовой «торг» или грамотное маркетинговое обоснование цены.
- Технология и модель описания и структурирования конкурентных преимуществ бизнеса. Многоугольник конкурентоспособности компании.

Модуль 3. Методология построения и проведения презентации IT-продуктов и решений с точки зрения маркетинга

- Умение эффективно презентовать клиенту все основные преимущества: своей компании, ее бизнеса, ассортимента ее IT-продуктов и решений, сервисного пакета.
- Модель «Блочная презентация».
- Адаптация модели презентации под телефонный, очный, графический форматы (коммерческое предложение, слайды).

Модуль 4. Покупатели IT-продуктов и решений с точки зрения маркетинга

- IT-компания и ее бизнес-процессы.
- Структура компаний (производственных, торговых).
- Отделы, подразделения компаний и происходящие в них бизнес-процессы.
- Связь бизнес-процессов компании (управление, планирование, организация, стимулирование, контроль) с использованием IT-продуктов и решений.
- IT-продукты и решения как инструменты управления бизнесом компании.

Модуль 5. Поведение покупателей-технология совершения покупок с точки зрения маркетинга

- Существующие виды покупок в B2B и B2C.
- Технология совершения покупок IT-продуктов и решений.
- Управление процессом покупок со стороны клиента.
- Умение селективно совместить преимущества своих IT-продуктов и решений с реальными потребностями клиента. Проверка правильности позиционирования IT-продуктов и решений для целевой аудитории клиентов.
- © Модель «Т.С.С.П.»- совмещение свойств IT-продуктов и решений с потребностями покупателей.

Модуль 6. Поведение покупателей-мотивы совершения покупок с точки зрения маркетинга

- Сегментация и анализ потребностей покупателей в IT-продуктах\решениях.
- В чем отличие потребностей от инструментов их удовлетворения.
- Мотивы совершения покупок IT-продуктов и решений.
- Карта покупательских предпочтений (B2B и B2C, B2G).
- Иерархия основных потребностей людей (А. Маслоу).
- Психологические портреты покупателей и работа с ними.
- Модель «Инструмент совмещенного анализа мотивов и потребностей клиентов».

Модуль 7. Оптимизация себя как продавца с точки зрения маркетинга

- Модель базовых состояний продавца (специалист компании) © «К.В.А.Н.К.».
- Каким настроем должен обладать эффективный продавец (специалист компании).
- Правильное понимание своей значимости и позиции в компании.
- Развитие и укрепление своей лояльности к компании, ее товарам, клиентам.

[Посмотреть расписание курса и записаться на обучение](#)

Обращайтесь по любым вопросам
к менеджерам Учебного центра Softline

8 (800) 505-05-07 | edusales@softline.com

Ждём вас на занятиях в Учебном центре Softline!



Почему Учебный центр Softline?

Лидер на рынке корпоративного обучения.

Более 300 тысяч подготовленных IT-специалистов.

Гибкий индивидуальный подход в обучении, скидки и акции.

Широкая сеть представительств в крупнейших городах РФ и СНГ; дистанционный формат обучение на вашей территории или в арендованном классе в любой точке мира.

Высокотехнологичное оборудование

Более **18 лет** опыта работы

Международные сертификаты для IT-специалистов и пользователей в Центрах тестирования

Сертифицированные тренеры с богатым практическим опытом работы

Авторизации от мировых производителей ПО (Microsoft, Cisco, VMware, Citrix, Лаборатория Касперского, Oracle, Autodesk, Код безопасности и других).

Разработка курсов и тестов под заказ, внедрение корпоративных систем обучения.

Подробнее об Учебном центре Softline

Вы можете узнать из [профайла](#).