

Chcete úspěšně prodávat a dělat marketing složitých technologií a zařízení směrem k zákazníkům, kteří se o technologické záležitosti nezajímají? Nechte se vést manažerem, který uspěl v korporaci a poté pomohl středně velké české firmě k získání zlaté evropské plakety za marketing inovativních technologií!

Na jedné straně dodavatel s unikátní schopností, technologickým know-how a často i zajímavým produktem, na druhé straně zákazník, kterého technologické „hračky“ nezajímají, který jim nedokáže, a nejspíš ani nechce porozumět. A který už vůbec nechápe, proč by měl za něco takového platit. Zákazník, který pohrdá frázemi o „zvýšení ziskovosti“ a „snížení nákladů“.

Překonávání této bariéry – to je disciplína, kterou potřebuje zvládnout každý, kdo se chce podílet na prodeji nebo marketingu informačních technologií, technických zařízení, strojů, chemických a biologických produktů, vývojových služeb apod. Marketingové učebnice a kurzy zaměřené na prodej „tradičního“ zboží jsou přitom použitelné jen ve velmi omezené míře.

Kurz Marketing technologií vychází z úspěšných zkušeností a relativně detailní znalosti českého trhu, zběžně se dotýká základních marketingových konceptů a přináší řadu praktických postřehů, podnětů a metod využitelných zejména v prodeji podnikovým zákazníkům – nakolik to jen umožňuje omezený rozsah kurzu.

Základním přínosem by nicméně nemělo být zvládnutí nějaké specifické techniky, ale získání myšlenkových návyků, které umožňují aplikovat technologické inovace a zároveň setrvat v zaměření na zákazníka.

Přínosy pro účastníka:

- schopnost převádět složité technologické záležitosti na produkty relevantní pro zákazníka
- schopnost porozumět potřebám potenciálních zákazníků a směřovat využití technologií odpovídajícím způsobem
- schopnost komunikovat složité technologické záležitosti tak, aby byly pro zákazníka srozumitelné a zajímavé
- schopnost získat důvěru technických expertů a využít jejich znalostí pro podporu prodeje

Cílová skupina:

- pracovníci v oblastech marketingu, byznys developmentu, prodeje a public relations, kteří již mají základní znalosti či zkušenosti s marketingem nebo prodejem
- ředitelé, jednatelé a šéfové prodeje menších a středních technologických firem
- technologičtí experti, kteří chtějí posunout svou pracovní náplň blíže k prodeji
- obchodníci a account manažeři v technologických firmách

Obsah:

- cesta od technologie k produktu smysluplnému pro zákazníka
- požadavky versus potřeby zákazníků a nástroje pro jejich analýzu
- vytváření produktových balíčků
- životní cyklus technologického produktu
- „byznys case“ jako nástroj pro určení správné ceny
- základní typy zákazníků ve vztahu k technologiím
- jak rozpoznat obavy a předsudky a jak se s nimi vypořádat
- základní definice přínosů - čtyři techniky, jak se dívat očima zákazníka
- šest základních pravidel pro jednání s technologickými experty
- komunikační techniky: zjednodušení, přirovnání a metafora a další
- informace versus argumenty
- jak najít správnou míru detailu
- specifika různých komunikačních kanálů
- úvod do vytváření technologických obchodních nabídek
- technologické inovace a account management

Materiály:

- učební materiál připravený pro kurz (prezentace)
- čítanka zajímavých textů
- seznam doporučené literatury
- seznam nedoporučené literatury

Cena kurzu:

8 800 Kč na osobu (bez DPH)

Počet účastníků:

5-10

Trvání:

2 měsíce

(čtyři večerní semináře, domácí úkoly a zpětná vazba)