**Szkolenie z zakresu:**

***Jak zdobyć lokalne rynki zbytu***

**Cel szkolenia:** W trakcie szkolenia uczestnicy poznają kluczowe zasady pozyskiwania klientów na lokalnym i krajowym rynku. Nauczą się wykorzystywać narzędzia internetowe do targetowania grup klientów pod względem: demograficznym, terytorialnym i behawioralnym. Poznają zasady budowania i rozwijania relacji z klientami. Nauczą się ważnych reguł panujących w biznesie i biznesowego *savoir vivre*. Pozyskają praktyczną wiedzę w zakresie:

* Budowania własnego portfela klientów
* Pozyskiwania baz danych na temat klientów, przy wykorzystaniu narzędzi internetowych
* Pozyskiwania klientów poprzez kontakt bezpośredni
* Budowania i utrzymywania pozytywnych relacji z klientami
* Zasad obowiązujących w bezpośrednich relacjach z klientem (*savoir vivre* w biznesie)

**Materiały:** komputery, projektor, flipchart.

**Czas:** 8 godzin.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **L.P.** | **TEMAT** | **ILOŚC GODZIN****OGÓŁEM** |
| **1.** | **Przywitanie z uczestnikami, omówienie tematu szkolenia.*** **Test wiedzy.**
* **Ważne pojęcia**
* **Tworzenie własnej bazy danych**
 | **1** |
| **2.** | **Pozyskiwanie kontaktów i klientów poprzez:*** **Google**
* **Facebook**
* **LinkedIn**
* **Lokalne portale**
 | **3** |
| **3.** | **Pozyskiwanie, obsługa klientów, budowanie rynku:*** **Kontakt telefoniczny, telemarketing**
* **Komunikacja mailowa, emailing**
* **Praca w terenie i spotkania bezpośrednie, struktura wizyty handlowej**
 | **3** |
| **4.** | **Utrwalanie i rozwijanie relacji z klientem:*** **Reklamacje – problem, czy szansa?**
* **Rekomendacje – jak je zdobywać, kiedy o nie się starać**
* **Fazy „życia” klienta**
* **Wychodzenie poza strukturę kontaktów biznesowych**
* **Test wiedzy**
* **Podsumowanie i zakończenie szkolenia**
 | **1** |
| **5.** | **W trakcie szkolenia trzy przerwy, zgodnie z harmonogramem** |  |

Opracowanie: trener Piotr Stroczkowski