

# KI AZ IDEÁLIS VEVŐ? VEVŐPOZICIONÁLÁS ÉS VEVŐTÍPUSOK



JAVASOLT IDŐKERET: 1 NAP

Minden munkaszervezetnek kiemelt szereplője a Vevő. Szükség van arra, hogy reálisan lássuk azon szereplőket, illetve igényeiket, akik az Ügyfeleinket képezik, hiszen így tudjuk elérni – aztán meghaladni - elégedettségüket. Ha helyesen akarja pozicionálni ügyfélkörét, és ezáltal saját magát is, akkor Önnek szól ez a tréning.

## ➤ ➤ ➤ MIKOR LEHET HASZNOS A TRÉNING?

A pozicionálás az a lépés, amely hosszútávon a legnagyobb hatással lesz szervezetére, így tudjuk magunkat megkülönböztetni versenytársainktól és így ismerjük meg ügyfeleinket, ügyféltípusainkat, azok igényeit. Ne a Vevőtől várjuk, hogy igazodjon a céghez, a cégnek kell a Vevőhöz igazodnia. Az ügyfél megismerésével a cég is helyes azonossággal és identitással rendelkezik majd, valamint jó kiindulási alapot jelent a termék- és szolgáltatásfejlesztéshez.

## ➤ ➤ ➤ A TRÉNING VÁRHATÓ EREDMÉNYE

Azonosság megalkotásának módszere, azonosulási képesség fejlesztése, reális helyzetelemzés és értékelés. Összességében egy átláthatóbb és hatékonyabb értékteremtési rendszer.

## ➤ ➤ ➤ A TRÉNING TARTALMA

- Szervezeti azonosság meghatározása – kiemelt figyelemmel az ügyféltípusok megismerésére
- A tréning folytatása az Insight – mi van a vevőnk fejében? c. tréning, ahol a vevőtípusokat megismerve azok igényeit térképezzük fel

JÓT ÉS JOBBAN!