

KROJAČEVA ŠKOLA



MTC

MANAGEMENT
TRAINING
CENTER

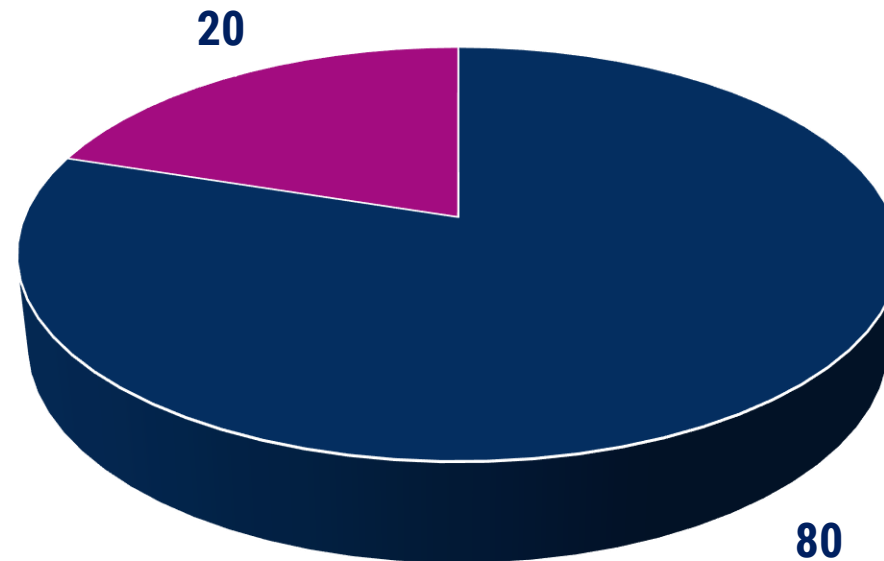
PRODAJA

STRATEŠKI KLIJENTI

Strateški kupci

ko su strateški kupci?

Kupci koji kratkoročno i dugoročno omogućavaju planiranje i ostvarenje prodajnih rezultata i nesmetano funkcionisanje kompanije.



Strateški kupci

strategija VS prodaja

PRODAJA

kupci su oprezni i obazrivi kada je u pitanju kupovina, a prodavci moraju da to prevaziđu

PRODAJA

fokus na ostvarivanje prodajnih ciljeva

PRODAJA

fokus na kratak rok

PRODAJA

pojedinci ili manji timovi
formirani sa ciljem postizanja
rezultata

STRATEŠKO UPRAVLJANJE

kupci su otvoreni i sve se
bazira na uzajamnom poverju i
zajedničkoj saradnji

STRATEŠKO UPRAVLJANJE

fokus na stvaranje dodatne vrednosti za kupca

STRATEŠKO UPRAVLJANJE

fokus na duži rok

STRATEŠKO UPRAVLJANJE

mešavina posvećenih prodavaca i proširenih timova,
fokusiranih na izvršenje strategije i
planova za konkretnog kupca

Strateški kupci

kategorizacija



- izbor strateških kupaca je jedna od **najvažnijih odluka** organizacije
- strateški kupci moraju biti **u skladu** sa misijom i strategijom organizacije
- kriterijum izbora treba da identifikuje **atraktivnost kupca** u pogledu potencijala za organizaciju
- potrebno je imati kvalitetan **proces selekcije** kupaca u strateške kupce
- optimalni broj strateških kupaca je 20 - 30 sa **tendencijom** rasta iz godine u godinu

Strateški kupci

ABC analiza

UDEO U PRODAJI

BROJ KUPACA

veliki kupci

60%

20

A

srednji
kupci

30%

100

B

mali kupci

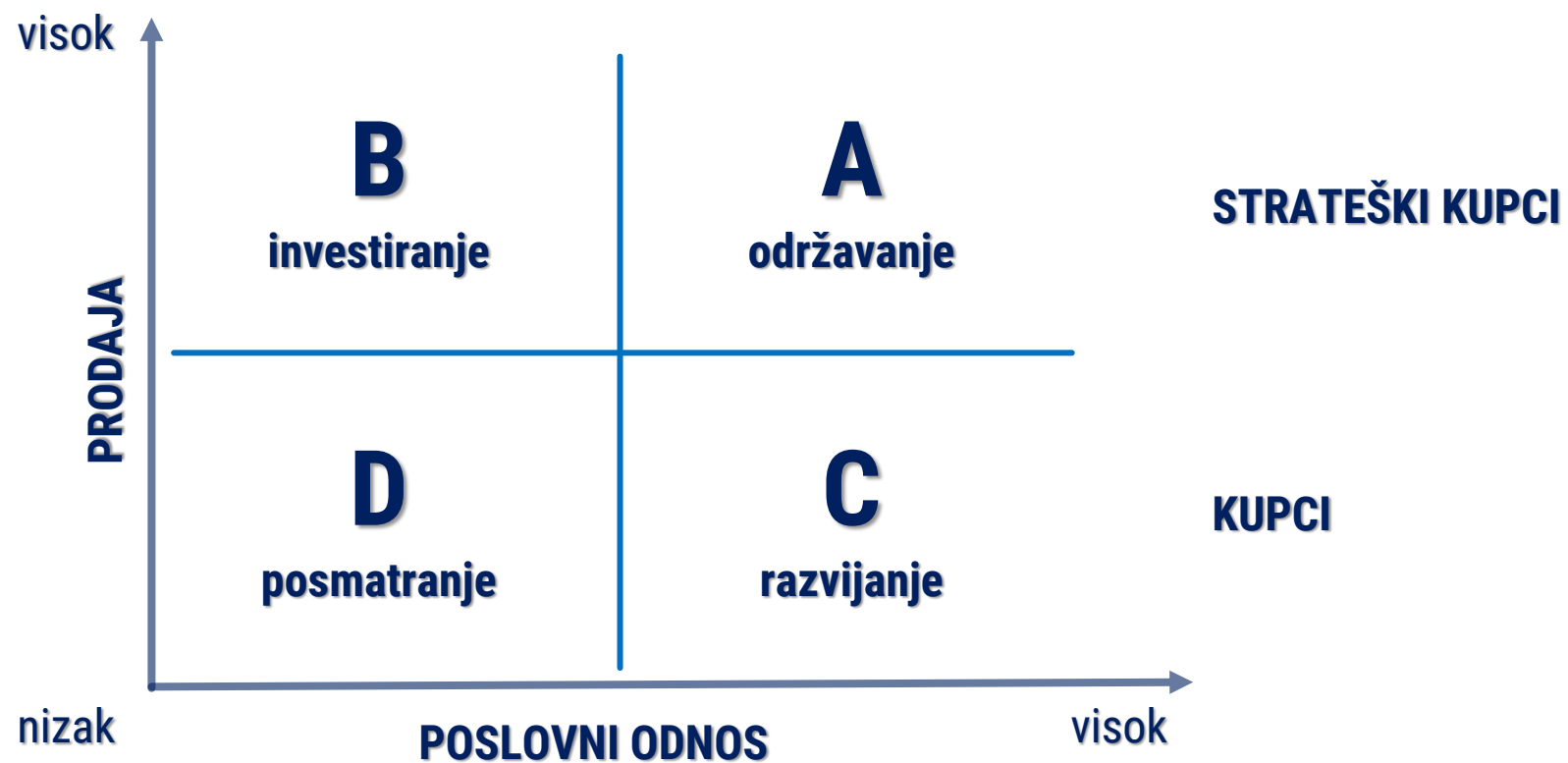
10%

500

C

Strateški kupci

prioritizacija

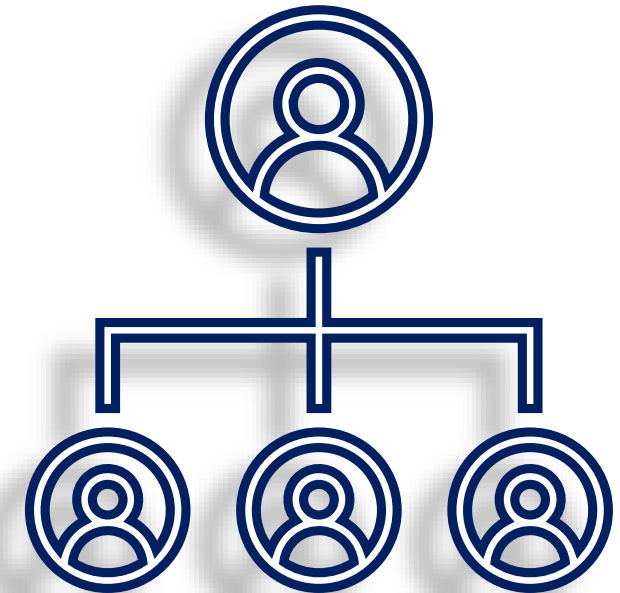


Strateški kupci

menadžment

Šta predstavlja **menadžment strateških kupaca**?

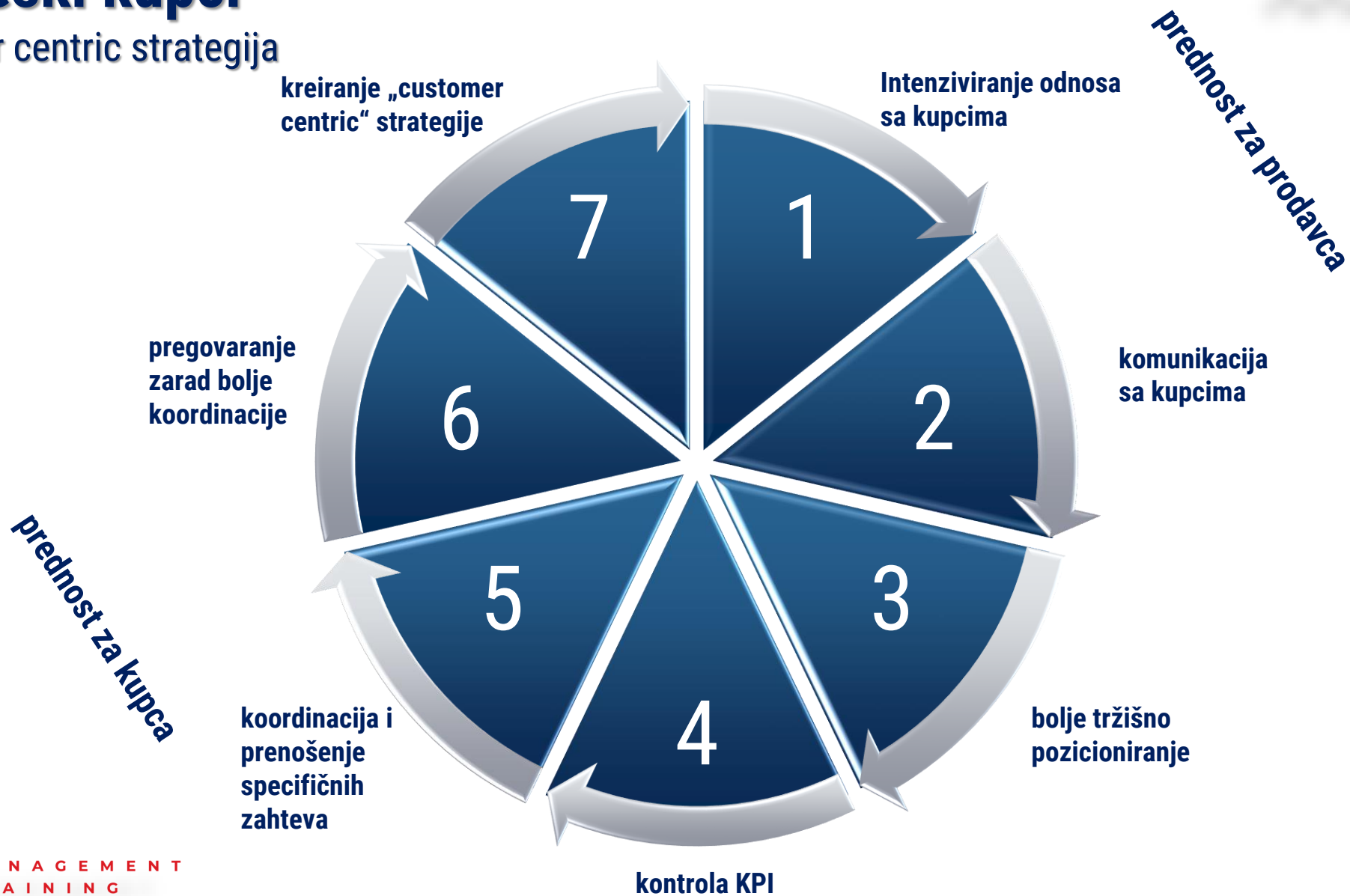
- pristup čiji je cilj izgradnja portfolija lojalnih strateških kupaca
- kupcima se nudi, dugoročno gledano, usluga / proizvod kreirana za njihove specifične potrebe
- težnja ka „partnerstvu“: zajedničko donošenje odluka, rešavanje problema, integrisanje poslovnih procesa



Strateški kupci

customer centric strategija

KROJAČEVA ŠKOLA



MTC

MANAGEMENT
TRAINING
CENTER

Strateški kupci

customer centric - organizacija

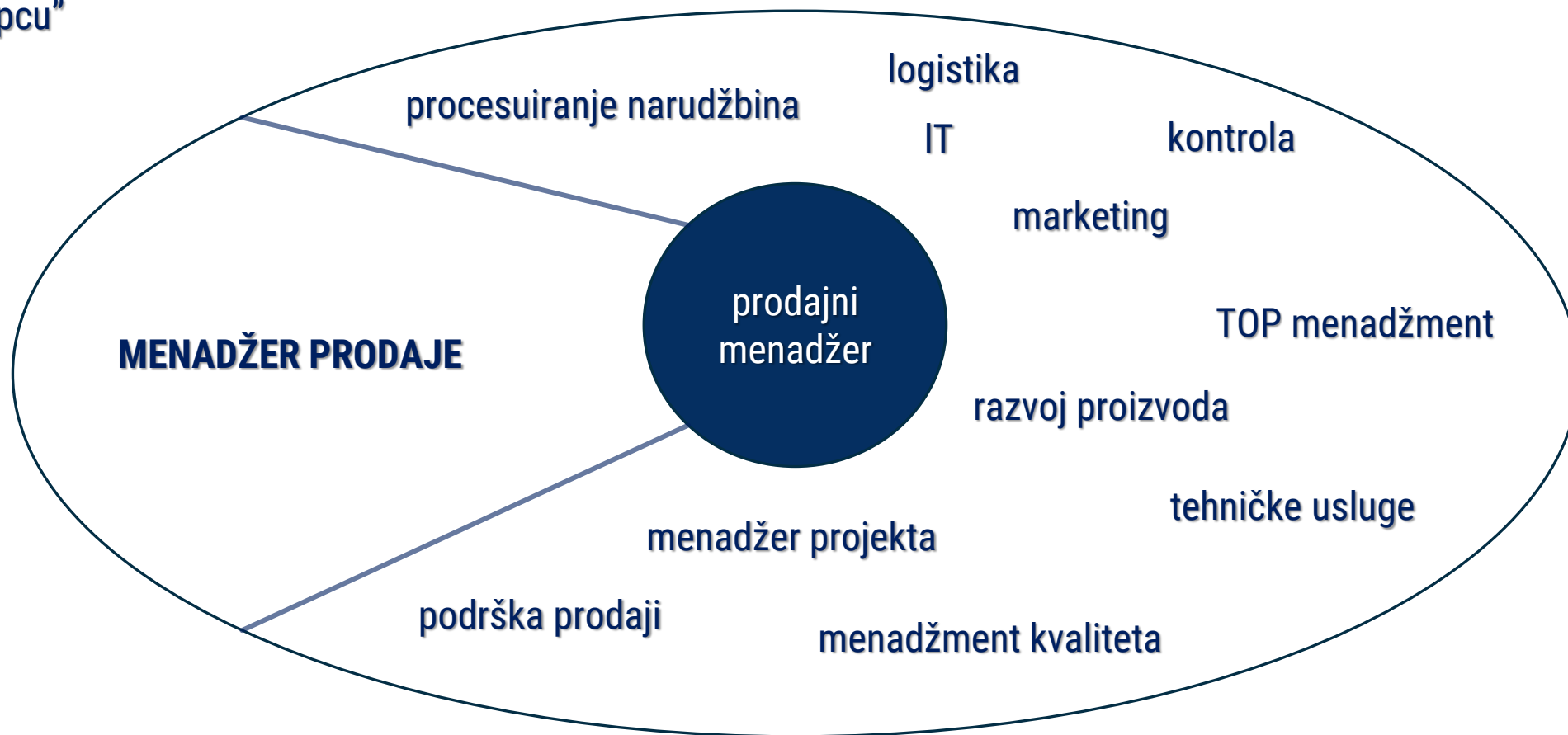
- šta **činite** za kupca i koliko ste dobri u tome?
- kakvu vrstu odnosa i nivo saradnje ste do sada **stvorili** sa kupcem?
- koje snage vaš kupac **vidi** u vama?
- šta vam je **cilj** u budućnosti?



Strateški kupci

prošireni tim

prodajni menadžer je timski igrač i sprovodi kontrolu, koordinaciju i komunikaciju sa drugim odeljenjima: "jedinstvena poruka kupcu"



proširen tim

projektno orijentisan rad sa kupcima, sa ograničenim kontaktom

Strateški kupci

prošireni tim

Prošireni prodajni tim i povezivanje u organizaciji

- kvalitet odnosa van organizacije zavisi od **kvaliteta odnosa** unutar organizacije
- mnoge prednosti nastaju tek kao rezultat **harmonije** u prodajnom timu i **adekvatnih** veza sa organizacijom kupca
- prodajni menadžer „**upravlja**“ materijalnim i ljudskim resursima organizacije
- prodajni menadžer je frontmen, lider i koordinator svih napora proširenog prodajnog tima



Strateški kupci

upravljanje

Upravljanje strateškim kupcima kroz **dodavanje vrednosti**

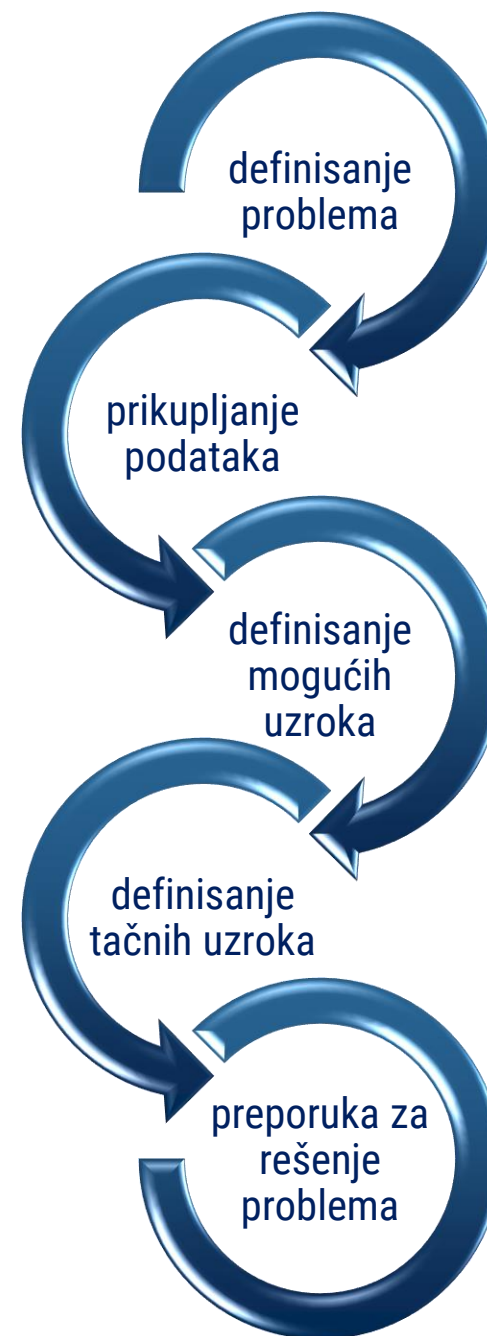
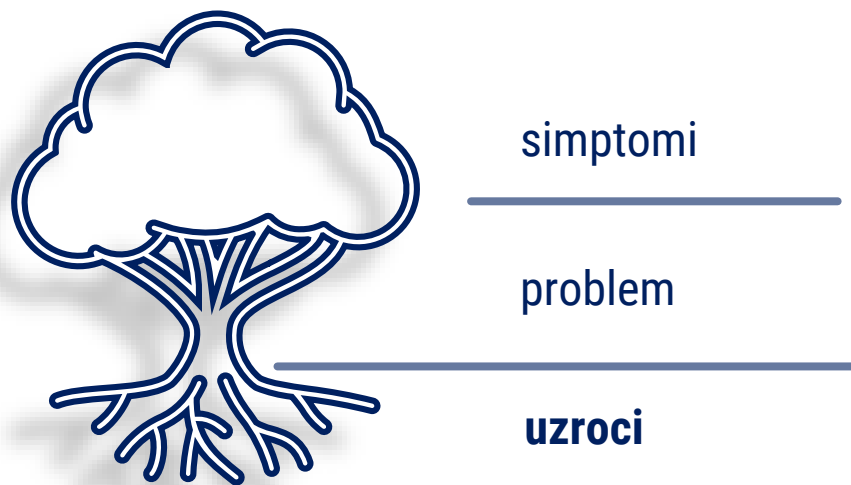
- dodavanje vrednosti poslovanju kupaca **pomažući** poboljšanje njegove **profitabilnosti** i **performansi**
- **NIJE** "borba za parče torte,, već pomoć da kupac stvori „**veću i bolju tortu**“
- MI postajemo percepirani kao **kreator vrednosti** i nagrađeni dodatnim poslovnim prilikama



Strateški kupci

rešavanje problema

Root Cause analiza (RCA)



Strateški kupci

rešavanje problema

SVRHA RCA (Root Cause Analysis):

- da odredi **šta se desilo**
- **zašto** se desilo
- iznese predloge kako da se smanji šteta i **smanji verovatnoća ponavljanja** problema

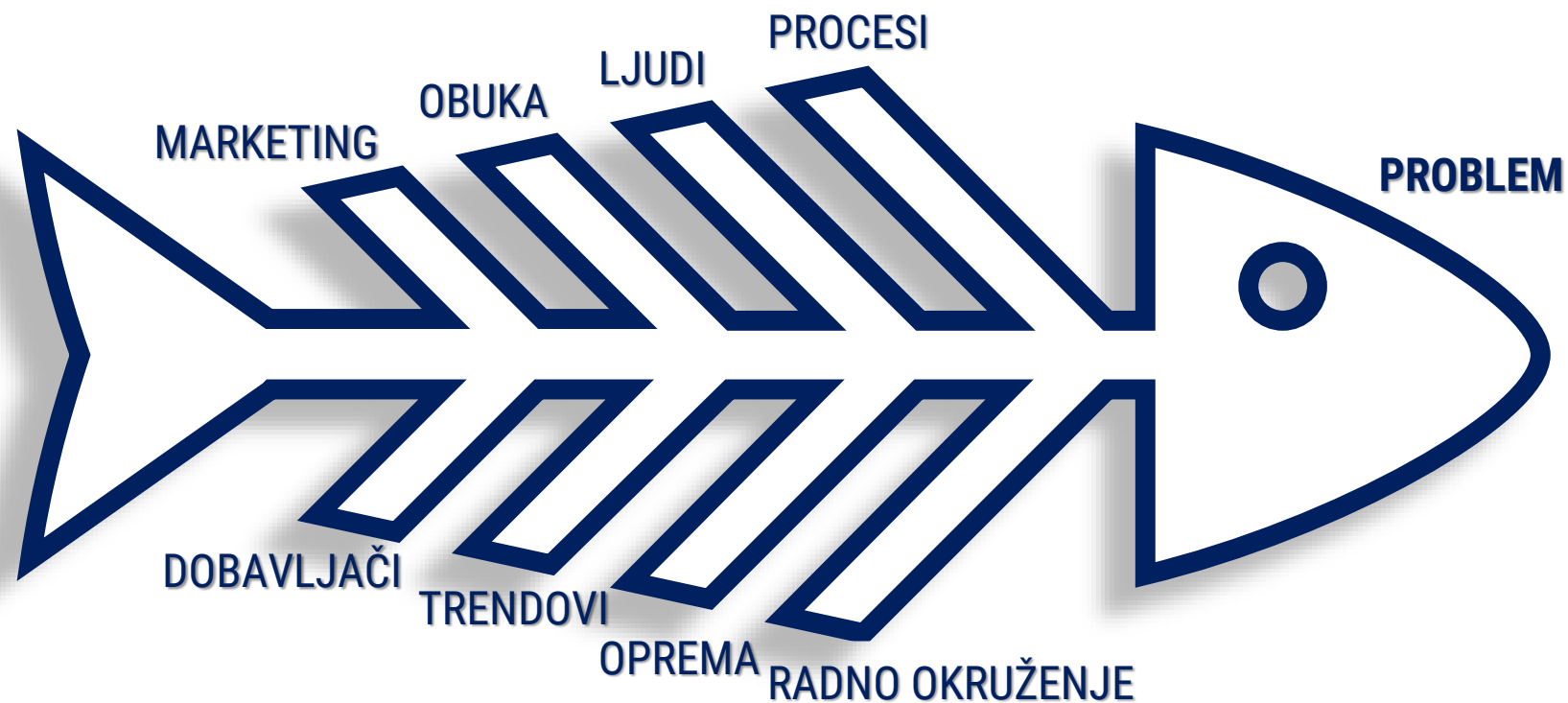
svi problemi nastaju od tri tipa uzroka:

- fizički uzroci – materijalni i opipljivi
- ljudski uzroci – stavovi, navike i radne norme (radi se pogrešno ili se ne radi šta je potrebno)
- organizacioni uzroci – sistemi, procesi ili politika (ne postoji sistem ili nisu definisani procesi i pristupi)

Strateški kupci

rešavanje problema

Diagram „riblje kosti“ (Išikava diagram)





PITANJA?

NARUČI knjigu „Akademija Prodaje“ sa 20 modula, detaljnim opisom programa i mnogo primera:

mail na: office@mtc.edu.rs

