



ZARZĄDZANIE SPRZEDAŻĄ i RELACJAMI Z KRAJOWYMI i ZAGRANICZNYMI KLIENTAMI



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu



Obsługa posprzedażowa buduje różnice.



1 zadowolony klient

*opowiada o swoim pozytywnym doświadczeniu
średnio 4-6 osobom.*

1 niezadowolony klient

*dzieli się swoją negatywną opinią
średnio z 9-15 osobami...*





Tomasz Rudnicki

**Executive & Team Coach,
Leadership & Business Mentor,
Interim Manager,
Trener w Biznesie,
Konsultant & Doradca Strategiczny Przedsiębiorców
Counsellor - Terapeuta**

coachmentor.pl
life & business



Moje doświadczenie - między wschodem a zachodem



FUNDAMENTY SPRZEDAŻY i RELACJI



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu



WIZJA

Dokąd zmierzamy jako firma?
Co chcemy osiągnąć w perspektywie kilku/kilkunastu lat?
Czym chcemy się wyróżniać na rynku?



BUSINESS PLAN



Sales By Category



Sales By Category



POLITYKA CENOWA

PRICING



70% →

← 100%

← 65%

DYWERSYFIKACJA

← 25%



KODEKS ETYCZNY



ZGODNOŚĆ Z PRAWEM

LOJALNOŚĆ

ZACHOWANIE W ODNIESIENIU DO OTOCZENIA

ZACHOWANIE WOBEC KLIENTÓW:

- uczciwość
- poufność
- profesjonalizm
- reagowanie na skargi i reklamacje
- unikanie konfliktów interesów
- doskonalenie jakości obsługi
- ...

ZACHOWANIE WOBEC DOSTAWCÓW

POSTAWA

- Oszustwa
- Prezenty i zaproszenia
- Korzystanie z majątku firmy
- Nieprawdziwe informacje

ZACHOWANIE WOBEC PRACOWNIKÓW

- Molestowanie
- Dyskryminacja
- Mobbing
- Poszanowanie prywatności
- Równowaga między życiem zawodowym a prywatnym



Krótki test etyczny **Texas Instruments**:

- Czy dane działanie jest legalne?
- Czy jest zgodne z naszymi wartościami?
- Czy jeśli je wykonasz, to będziesz się z tym czuł źle?
- Jak to działanie będzie prezentowane w gazecie?
- Jeśli wiesz, że to coś złego - nie rób tego.
- Jeśli nie jesteś pewien - zapytaj.
- Pytaj dopóty, dopóki nie uzyskasz odpowiedzi.



STRATEGIE SPRZEDAŻOWE



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Strategia BŁĘKITNEGO OCEANU



Schemat ERRRC - projektowanie nowych propozycji wartości

E - eliminate - **ELIMINUJ**: co można usunąć z obecnej oferty?

R - reduce - **OGRANICZ**: co można ograniczyć poniżej standardów branżowych?

R - raise - **ZWIĘKSZ**: co należy podnieść ponad standardy branżowe?

C - create - **STWÓRZ**: co nowego można zaoferować?





Czy znam mojego **KLIENTA**?

Czy moja oferta jest dopasowana
do **POTRZEB**?



A high-angle, wide shot of a massive crowd of people, likely at a festival or celebration. The majority of the crowd is wearing white t-shirts and red scarves, a traditional look for the San Fermín festival in Pamplona, Spain. The people are densely packed, filling the entire frame. In the center, there is a semi-transparent grey rectangular area containing white text. The text is arranged in three lines: 'BUYER PERSONA' on the top line, 'GRUPA DOCELOWA' on the middle line, and 'TARGETOWANIE I SEGMENTACJA' on the bottom line. The font is a clean, sans-serif typeface. The background shows people of various ages and some children, with a few individuals holding balloons or other festive items. The overall atmosphere is one of a large-scale public gathering.

BUYER PERSONA GRUPA DOCELOWA TARGETOWANIE I SEGMENTACJA



BUYER PERSONA GRUPA DOCELOWA TARGETOWANIE I SEGMENTACJA

Na czym polega problem, który starasz się rozwiązać dla swoich klientów lub użytkowników?

KTO? CO? JAK?



A close-up portrait of Ursula K. Le Guin, an elderly woman with short, grey hair, looking slightly to the right with a gentle expression. She is wearing a grey, textured cardigan. The background is a soft-focus green, suggesting foliage.

American Masters | Worlds of Ursula K. Le
Guin | Season 33 | PBS

Najbardziej nie do przyjęcia dla ludzi jest fakt,
że z czegoś nie zdają sobie sprawy

Ursula K. Le Guin (1929 – 2018)



MVP - METODYKA LEAN



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

PRÓBNÝ BALON



MVP (Minimum Viable Product)

to pierwsza działająca wersja produktu, która:



- posiada tylko niezbędne funkcjonalności,
- jest gotowa do użycia przez pierwszych klientów,
- pozwala na sprawdzenie hipotezy rynkowej,
- umożliwia szybkie zbieranie opinii (feedbacku).

Nie chodzi o produkt "niedokończony", ale o świadomie uproszczony — taki, który dostarczany jest szybko i rozwiązuje podstawowy problem użytkownika.





Netflix powstał jako wypożyczalnia filmów DVD przez internet
z dostawą do domu
— bez kar za spóźniony zwrot.

Legenda głosi, że Reed Hastings wpadł na pomysł po tym, jak musiał zapłacić 40 dolarów kary za przetrzymanie kasety VHS z filmem „Apollo 13”.



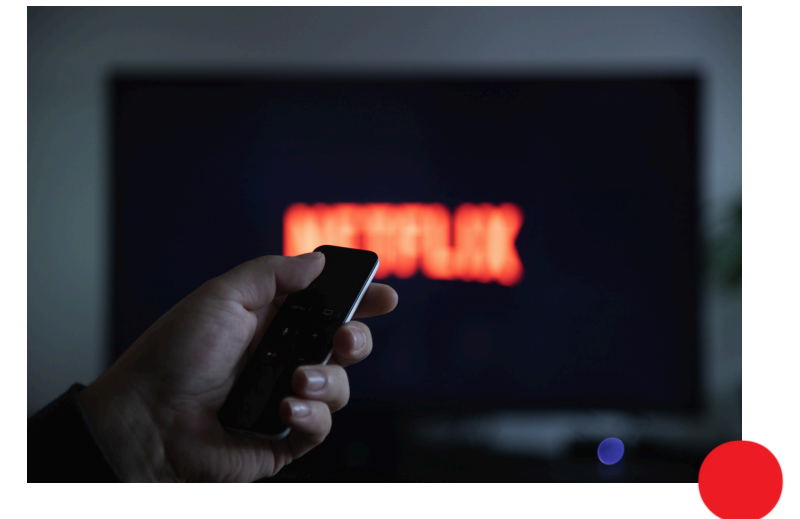


Minimalny Opłacalny Produkt (MVP) Netflixa (1998):

- Skromna strona internetowa – użytkownicy mogli zamawiać filmy na DVD online.
- Wysyłka pocztą tradycyjną – filmy były dostarczane w kopertach.
- Model płatności: opłata za każdą wypożyczoną płytę.

To był bardzo prosty, ale działający system, który:

- rozwiązywał problem kar za spóźnienie,
- eliminował konieczność wizyty w sklepie,
- pozwalał testować zainteresowanie modelem online.



BUDOWANIE i ZARZĄDZANIE RELACJAMI z KLIENTEM



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

Rynek krajowy i zagraniczny



POLSKA

między wschodem a zachodem

Styl komunikacji: **bezpośredni**

Cykl decyzyjny: **średni**

Preferencje w ofercie: **cena + elastyczność**



NIEMCY

precyzja, jakość, kontrakt

Styl komunikacji: **formalny, uporządkowany**

Cykl decyzyjny: **dłuższy, metodyczny**

Preferencje w ofercie: **dokładność, jakość**



FRANCJA

elegancja, logika, kultura

Styl komunikacji: **uprzejmy, ale z dystansem**

Cykl decyzyjny: **średnio - długi**

Preferencje w ofercie: **prezentacja + zaufanie**



WŁOCHY

relacje, pasja, elastyczność

Styl komunikacji: **relacyjny, emocjonalny**

Cykl decyzyjny: **wolniejszy**

Preferencje w ofercie: **zaufanie, kontakt osobisty**



SKANDYNAWIA

równość, konsensus, praktyczność

Styl komunikacji: **konkretny, rzeczowy**

Cykl decyzyjny: **szybszy**

Preferencje w ofercie: **transparetność,
wartości, ESG**



AZJA CENTRALNA

honor, gościnność, hierarchia

Styl komunikacji: **hierarchiczny**

Cykl decyzyjny: **zależny od relacji**

Preferencje w ofercie: **zaufanie osobiste,
tradycja**





ETNOGRAFIA - BADANIE RYNKU

zamieszkaj wśród swoich Klientów



PSYCHOLOGIA SPOŁECZNA w SPRZEDAŻY



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu



Język korzyści
- sposób komunikacji.

*Pizza tak dobra,
że zapomnisz,
jak się pisze „dieta”.*



SPOŁECZNY DOWÓD SŁUSZNOŚCI

Recenzje, rekomendacje, przykłady



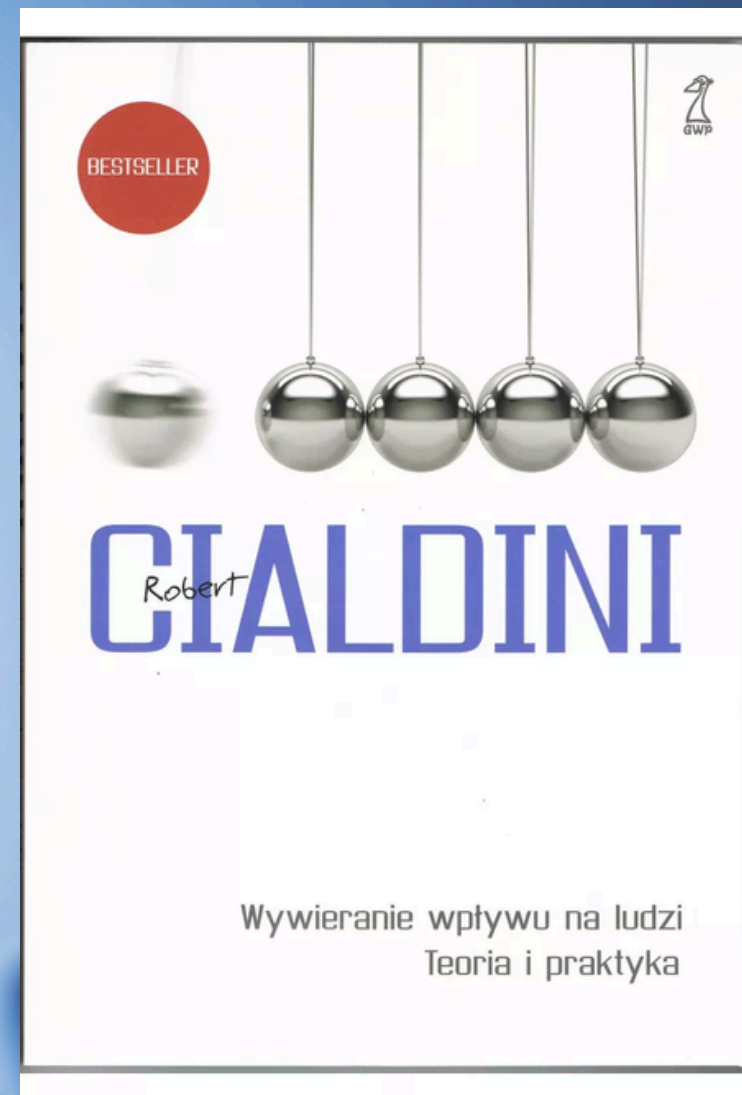
REGUŁY WYWIERANIA WPŁYWU

1. **Reguła wzajemności** - *coś za coś,*
2. **Reguła zaangażowania i konsekwencji** - *świadczy o dorosłości i naszej racjonalności,*
3. **Spółeczny dowód słuszności** - *zaufało nam miliony Polaków,*
4. **Reguła lubienia i sympatii** - *lubimy podobieństwa,*
5. **Reguła autorytetu** - *ulegli, posłuszni, sugestywni,*
6. **Reguła niedostępności** - *tylko dzisiaj.*



REGUŁY WYWIERANIA WPŁYWU

~ Robert Beno Cialdini



A conceptual image showing two hands, one on the left and one on the right, holding several thin, white strings. The strings hang vertically down towards the bottom of the frame. The background is solid black, and the hands are lit from above, creating highlights on the skin. The overall composition suggests a theme of control, manipulation, or defense.

OBRONA przed MANIPULACJĄ



AUTOMATYZACJA i WSPARCIE **AI**



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu

AUTOMATYZACJA PROCESÓW - AI JAKO WSPARCIE

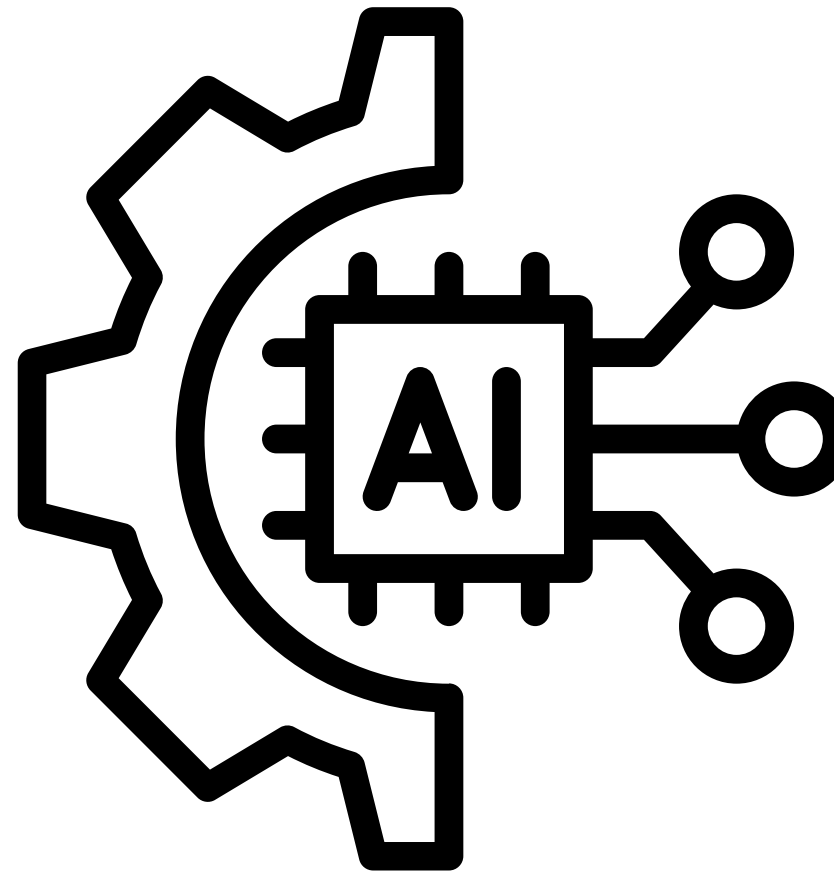
Fakturowanie i księgowość

Płatności

Zarządzanie dokumentami

Raporting i analityka

Komunikacja marketingowa



...

CRM

Zamówienia

Zapytania Klientów





SPRZEDAŻ to PROCES

- ANALIZA RYNKU I KONKURENCJI
- OKREŚLENIE GRUPY DOCELOWEJ
- CELE SPRZEDAŻOWE
- PROSPECTING
- KWALIFIKACJA KLIENTA
- PREZENTACJA OFERTY/KORZYŚCI
- NEGOCJACJE
- FINALIZACJA SPRZEDAŻY
- OBSŁUGA POSPRZEDAŻOWA





GŁÓWNE CZYNNIKI SUKCESU SPRZEDAŻY



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



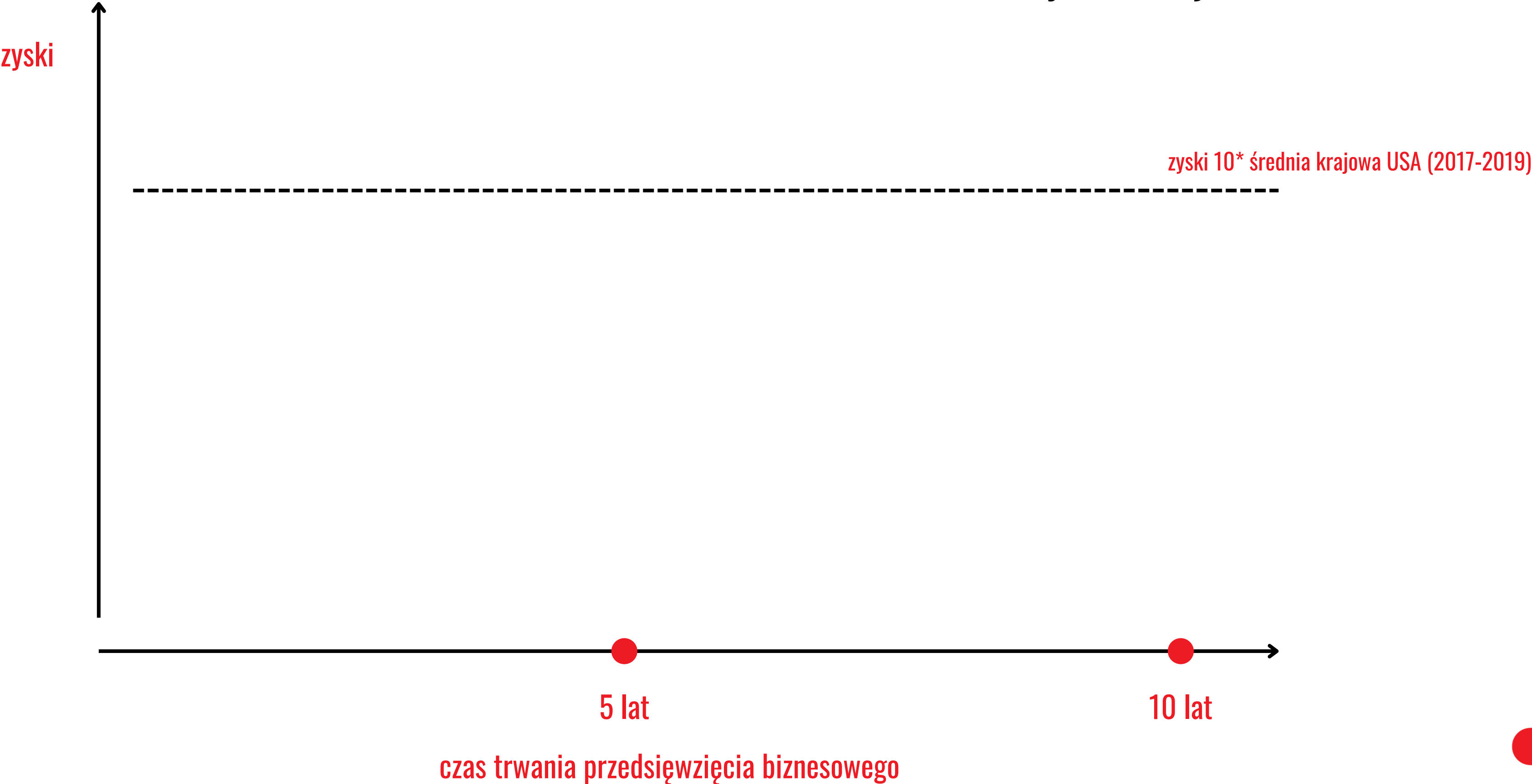
Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską

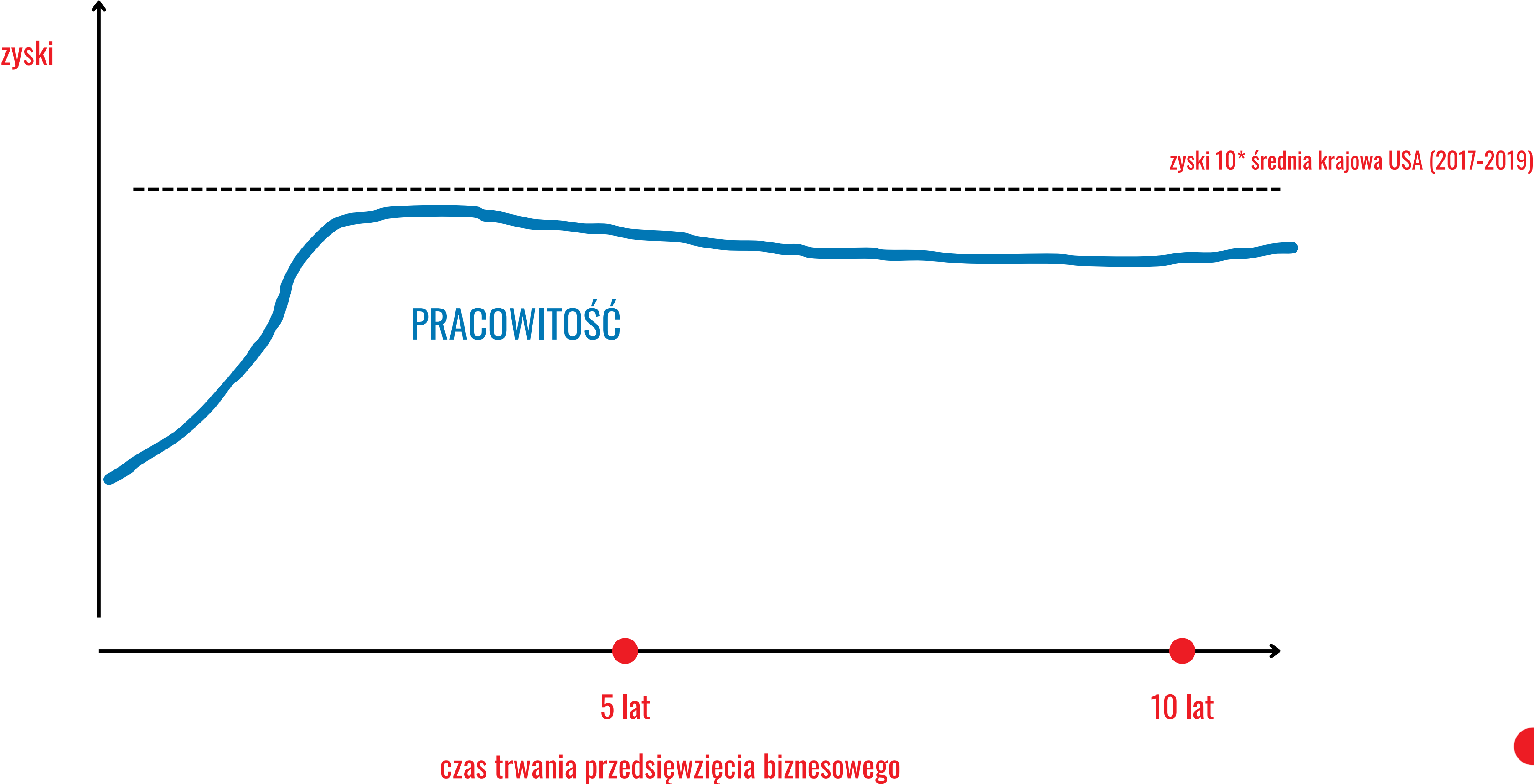


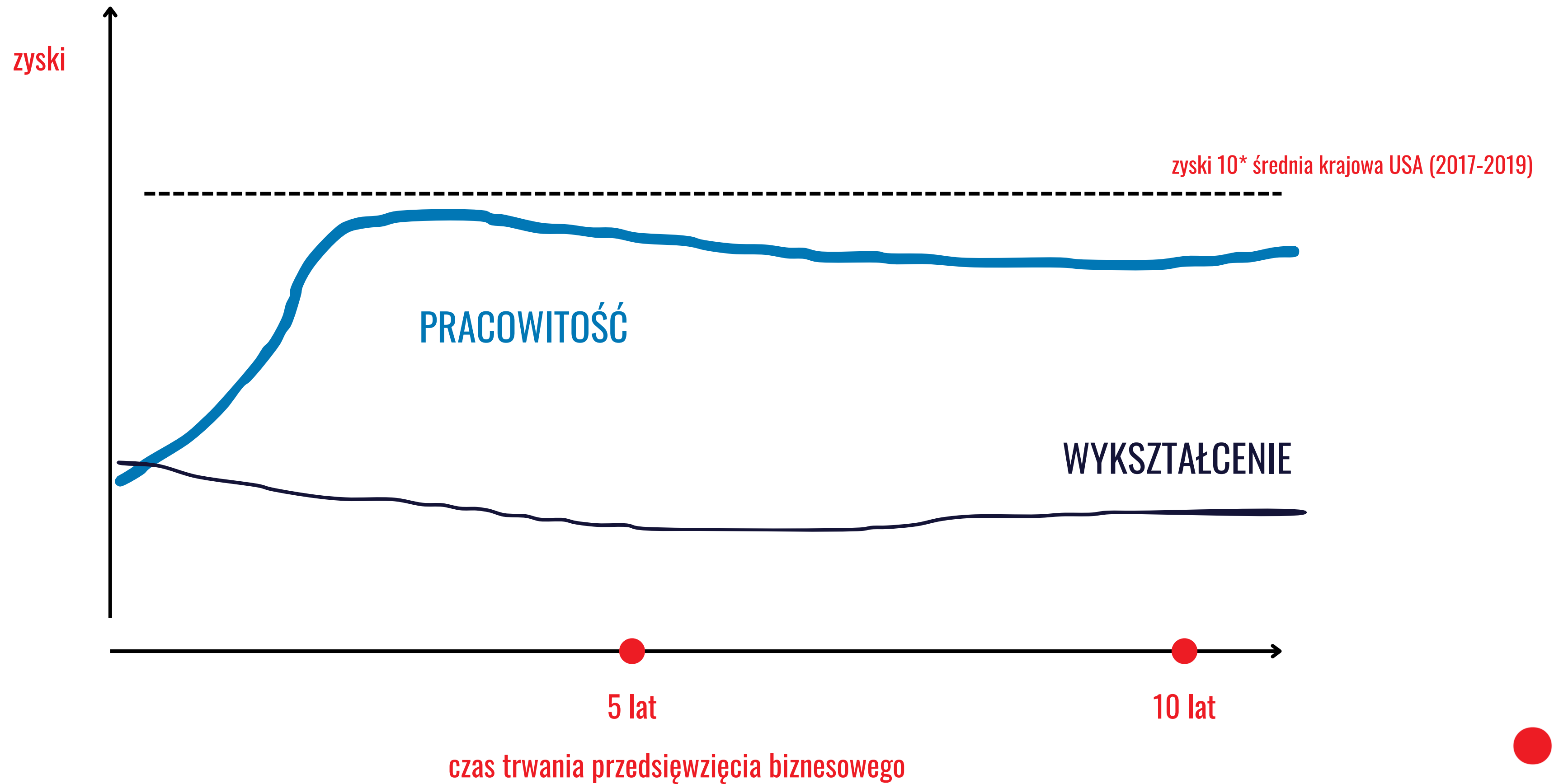
Lubuskie
Warte zachodu

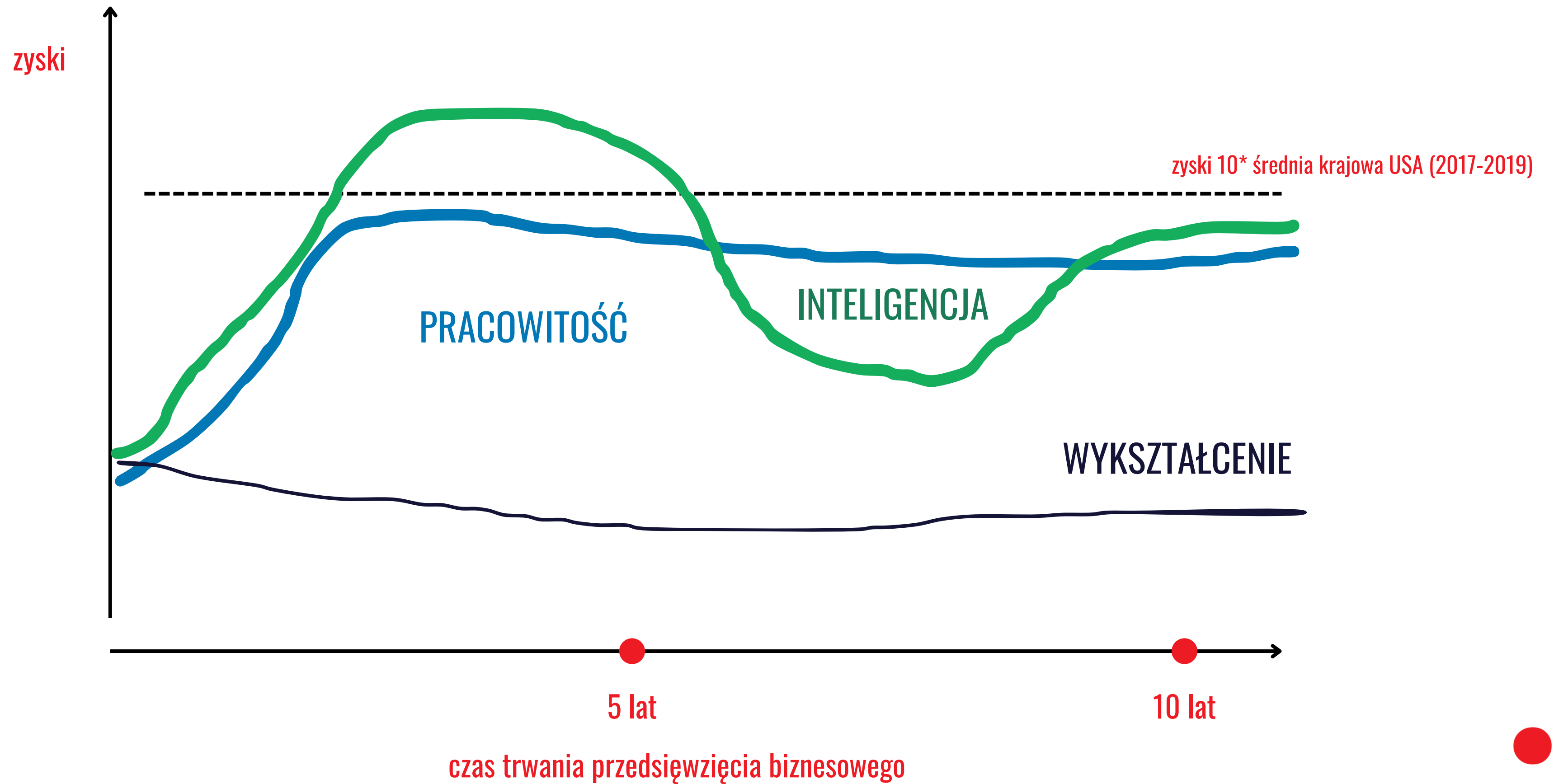
Michael Roach (ur. 17 grudnia 1952)
jest amerykańskim biznesmenem

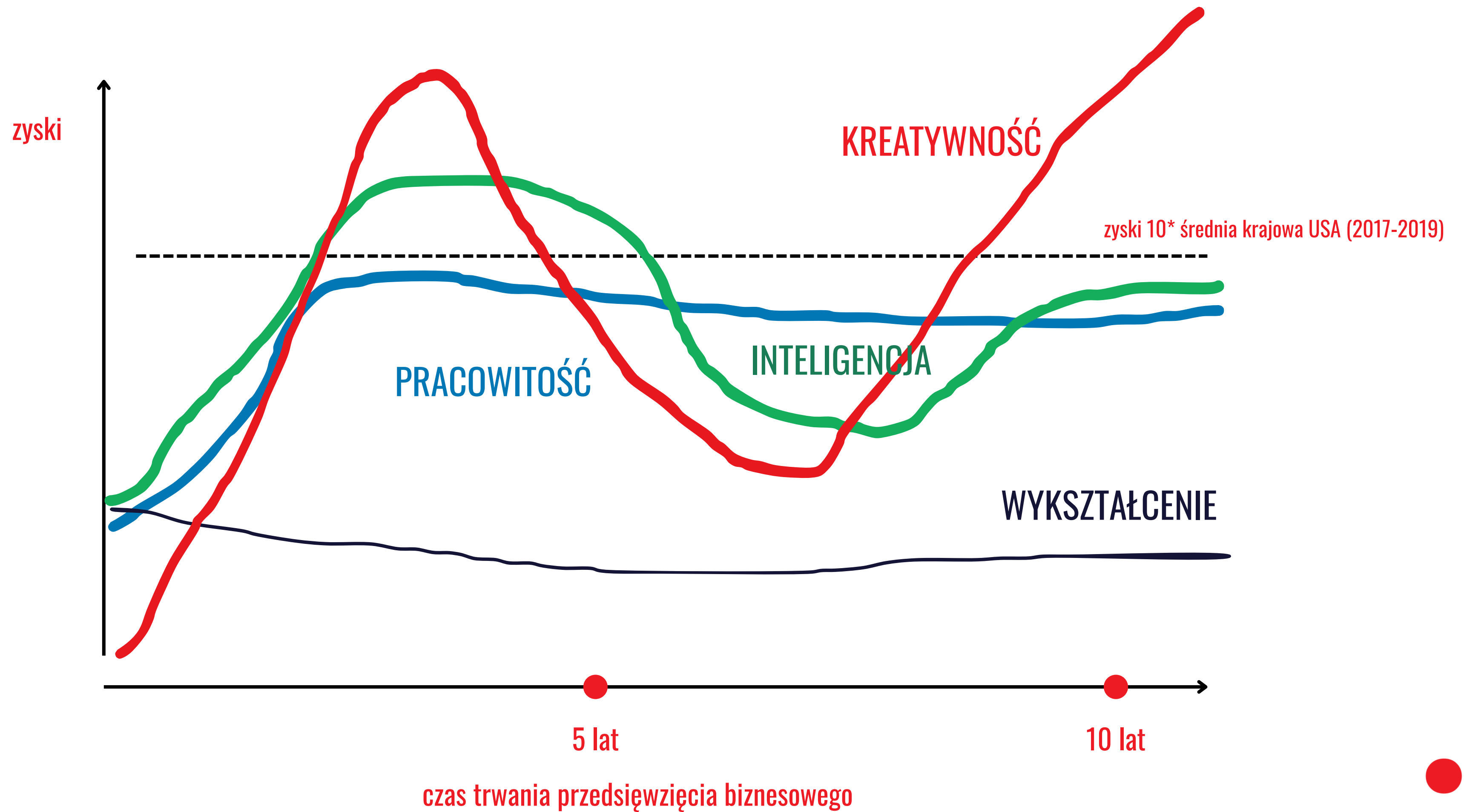


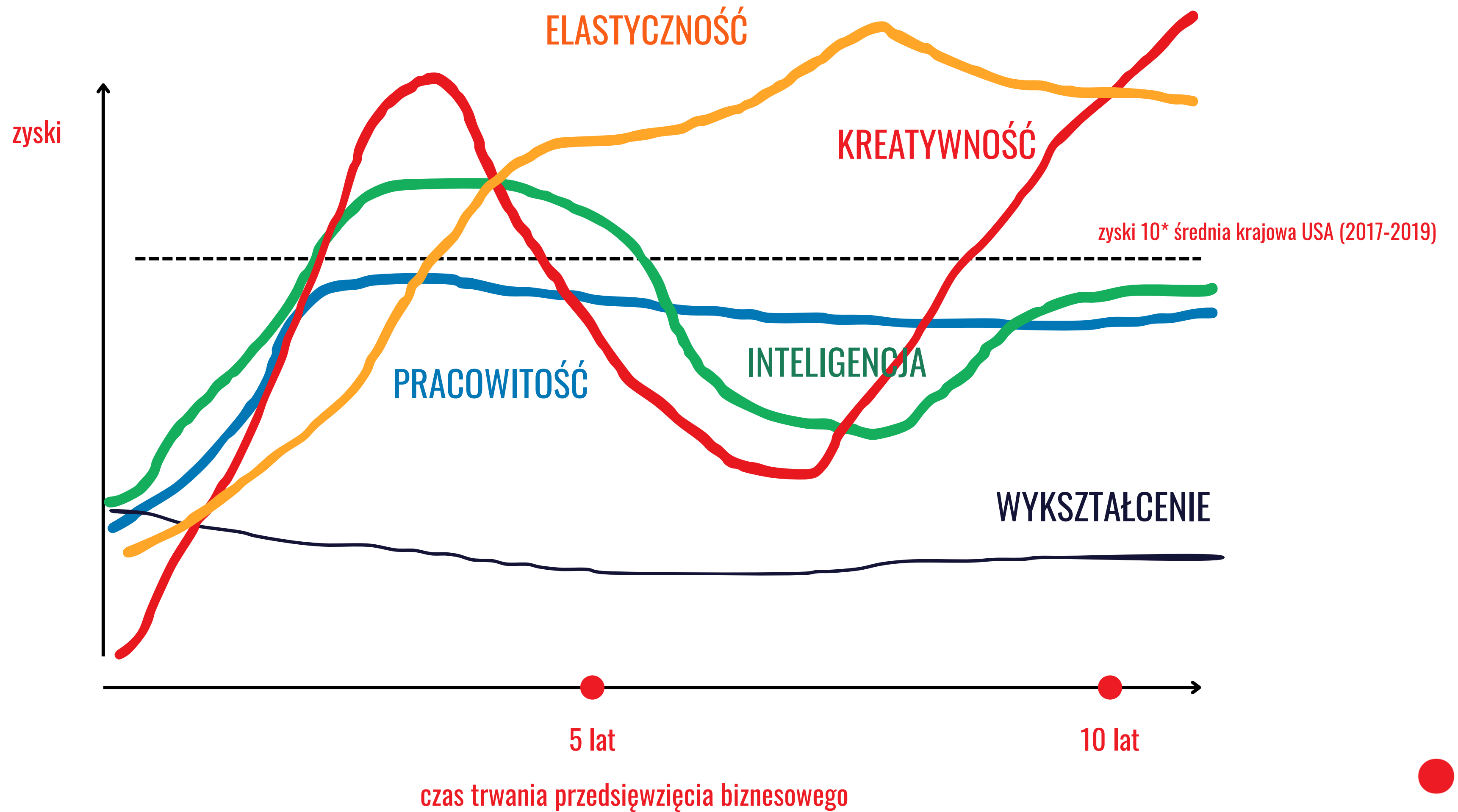
Michael Roach (ur. 17 grudnia 1952)
jest amerykańskim biznesmenem

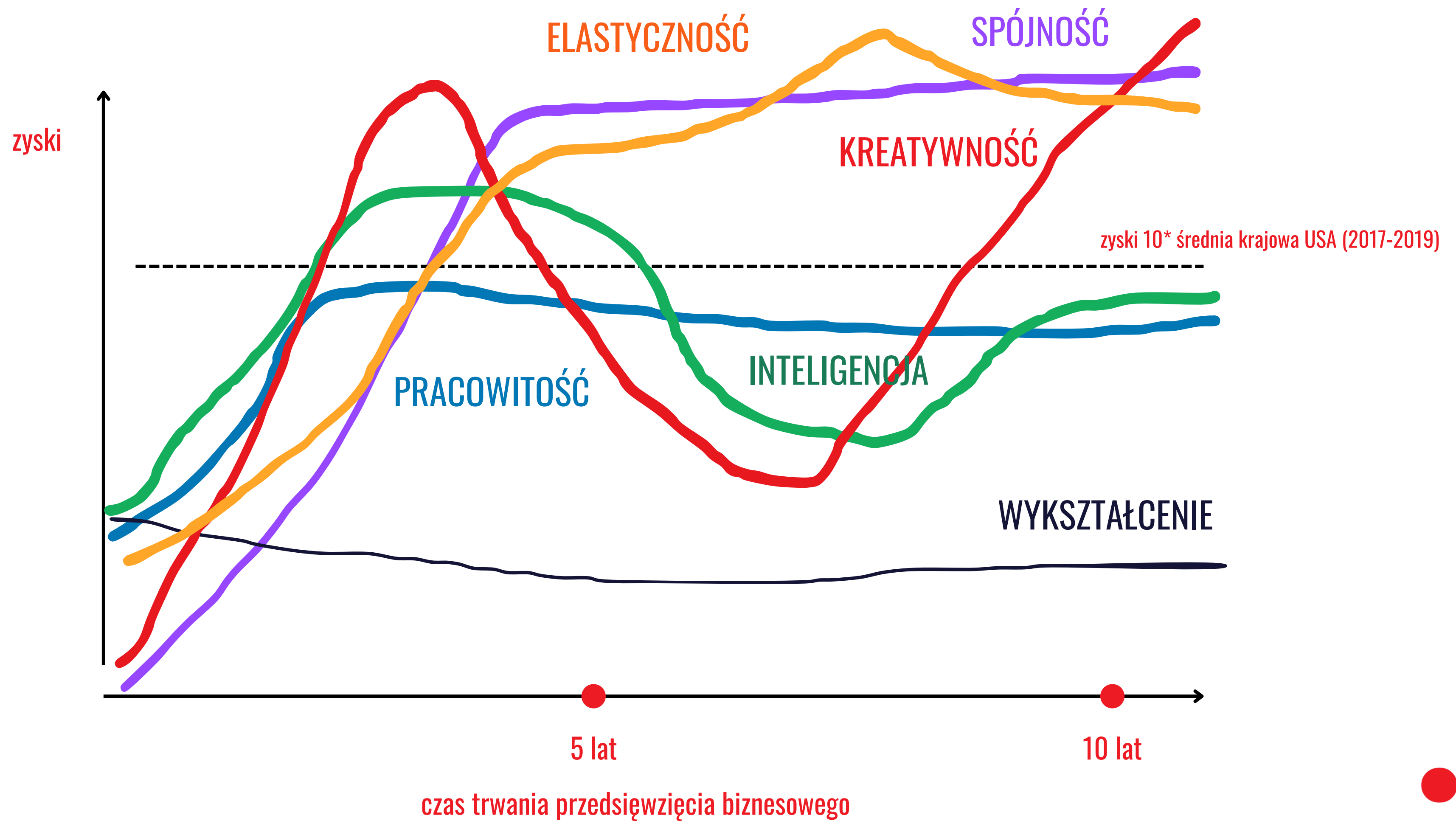




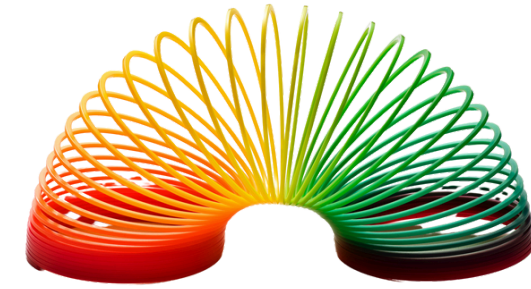








ELASTYCZNOŚĆ



KREATYWNOŚĆ



SPÓJNOŚĆ





*Ludzie nie lubią
jak im się coś **sprzedaje**,*





*Ludzie nie lubią
jak im się coś sprzedaje,
ale wielu ludzi kocha **kupować**.*



*„Obsługa klienta to nie dział w firmie
— to filozofia całej firmy.”*

~Shep Hyken (ekspert obsługi klienta)





Dziękuję

coachmentor.pl
life & business



Fundusze Europejskie
dla Lubuskiego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



Lubuskie
Warte zachodu