EĞİTİM

Kurumsal Pazarda Satış Yönetimi

Prof. Dr. Murat ERDAL

Eğitimin amacı

Sanayi kuruluşları, artan rekabet ve fiyatlandırma baskıları ile karşı karşıyadır. Kurumsal pazarda teknolojiden çok yönlü yararlanan alıcılar, bir satıcıyla iletişim kurmadan önce hacimli verilerle donatılmıştır. Alıcıların satış toplantılarından ve olası anlaşmalardan beklentileri her geçen gün artmaktadır. Yeni dönem, satıcı kanadında daha güçlü satış anlayış ve uygulamalarını tetiklemektedir.

Endüstriyel satış ekipleri, doğru alıcıları bulma, daha yüksek satış yapabilme ve stratejik müşteri (key account) portföylerini genişletme konusunda azami çaba içinde olmaları gerekmektedir.

Kurumsal pazarda satışçılar kapsamlı teknik bilgiye sahiptir. Ancak bu yetkinlik, tek başına yüksek satış rakamları için yeterli değildir. Satışçıların yeni alıcı profillerine uygun yaklaşım biçimleri ve müşterilerine getirdikleri değeri yeniden düşünmeleri ve kendi firmalarını rekabetten ayıran yeni fikirlere liderlik etmeleri gerekir.

Eğitimin amacı, B2B satış yönetiminin tüm yönlerini ve satış müzakere çevresini incelemektir.

Örnek olay

Senaryo ve

rol tabanlı

çalışmalar

SATINALMA ve TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİCİLERİNİN DERGİSİ
Satınalma Dergisi
11.Yıl satinalmadergisi.com

Eğitim İçeriği 1. Gün

Kurumsal Pazarda Satış Yönetimi

-İşletme Stratejisi ile Satış Stratejilerini Entegre Etmek
oSatış Kültürü ve Kurumsal Yapı Refleksleri
oBaşarı İçin Bölümler Arası İş Birliği ve Firma İçi İletişim
oYıllık Pazarlama ve Satış Planları Nasıl Oluşturulur?
oPazarlama ve Satış Planlarının Uyumlandırılması
oYürütme Takvimi

-Kurumsal Pazarda Satışın Zorlukları
o Güçlü Alıcılar Dönemi
o Satış Toplantılarında Alıcı Beklentileri Artıyor
o Danışmanlık ve Bilgiye Dayalı Diyalog
o Uzun Satış Döngülerini Hızlandırmak
o Doğrudan Müşteriye Satış
o Dağıtım Kanal Müşterilerine Satış

-Yerleşik Müşteriler ve Yeni Müşteri Kazanma
-Kurumsal Pazar Özellikleri ve Alım Sürecini Anlamak
-Firmographics: Kurumsal Pazarda Bölümlendirme
-Stratejik Müşteri Yönetimi (Key Account Management)
- İşletmeler Arası (B2B) İlişkiler, Kurumsal Pazarda İş Yapmanın Sırrı Nedir?
o Yeni ürünler ve çözümler konusunda müşteri ile İş birliği
o Karar Alıcılara Ulaşmak ve Sürecin Yapısı
o Müşteri karar alma yapıları ve satın alma yöneticileri ile etkin iletişim kurma
oKurumsal Pazarda İlişki Geliştirmek (Networking)

"If you target everyone, you target no one"

SATINALMA ve TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİCİLERİNİN DERGİSİ
Satınalma Dergisi
11.Yıl satinalmadergisi.com

Eğitim İçeriği 1. ve 2. Gün

- Değer Teklifinin Geliştirilmesi ve Güven İnşa Etmek
- Satış Ekibinin Geliştirilmesi ve Etkin Yönetim
oSatış Departmanı; Organizasyon, Hedefler ve Roller
oYeni Yeteneklerin Belirlenmesi ve Kadro Planlama
oBölgeler ve Sektörler Bazında Satışlar

- Satışçı Profilleri
oProfesyonel – Amatör Satışçı
oAvcı - Çiftçi Satışçı
oGirişimci Anlayışın Tabana, Tüm Çalışanlara Yayılması

- B2B Satış Yönetimi
-Satış Çevrimi ve Satış Müzakere Sanatı
-Strateji Belirleme, İş Düzeni ve Disiplin
-B2B Satışçının İletişim Becerileri
oMüşteriler ve Sektör Paydaşları ile İletişim
oKurumsal Kimlik, Temsiliyet ve Motivasyon

-B2B Satışçının İş Takvimi ve Hareket Tarzı Nasıl Olmalı?
oÇalışma Sistematiği ve İş Düzeni
oMüşteri Saha Ziyaretleri ve Görüşme Planlaması
oÖn Hazırlıklar ve Teklif Hazırlama
oTeklif Verme ve Takip
oDeğer Odaklı Müzakere Becerileri ve Pazarlık
oYeni Alışkanlar Edinmek; Planlama ve Satış Kültürü
oAraştırma Soruları Nasıl Geliştirilir? İhtiyacı Anlamak
oGüvenilir Bir Açılış Pozisyonu Nasıl Oluşturursunuz?
oMüzakere Kartları Nasıl Hazırlanır?
oKazan-Kazan Çözümleri
oİş Anlaşmazlıkları, Çatışmalar ve Çözümleri
oMüşteri İlişkileri, İş Birlikleri ve Ortaklıklar
oGüvene Dayalı İlişki Yönetimi

“to speed up the sale, you must slow down”

Eğitim İçeriği 2. Gün

-Analitik
- Performans Yönetimi ve Göstergelerle Dost Olmak
- Satış KPI'larının Belirlenmesi ve İzlenmesi
- Sağlıklı "Lead Generation" Nasıl Oluşturulur?
- Müşteri İlişkileri Yönetimi (CRM) ve Analizler
- Müşteri Datası ve Müşteri Yolculuğu

-Etik Kodlar
- Satış, Rekabet ve Etik
- Şirket Etik Kodları ve Değerler
- Kurum Kültürünü Doğru Yansıtma ve Temsiliyet

-Müzakere Yöneticiliği
- Müzakere Süreci ve Strateji Oluşturma
- Pazarlık ve Kültür

- **Pazarlık Masasında Nasıl Kazanılır?**
- **İyi müzakere ederken nelere dikkat edilmelidir?**
- **Sıklıkla yapılan hatalar nelerdir?**
- **Pozitif ve Negatif Pazarlık Oturumları**

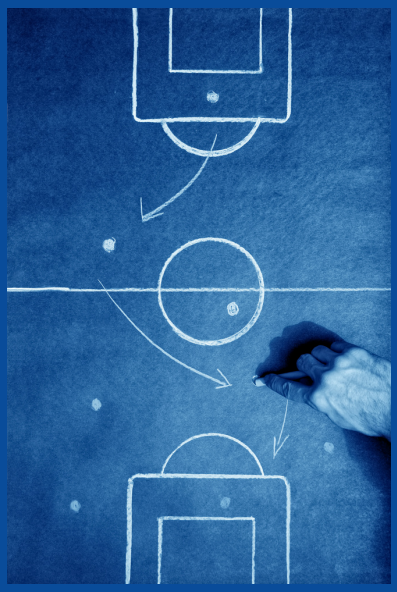
-Pazarlık Taktik ve Stratejileri

-Dürüst teklifler, örtülü tehditler, zaman ve fiyat baskıları
- Kazan – Kazan Taktikleri
- Kazan – Kaybet Taktikleri
- Pazarlık Sonrası Durum Değerlendirme

-Pazarlık Senaryoları / Rol Tabanlı Oyun Çalışması
- Oyun Hazırlıkları ve Katılımcıların Belirlenmesi
- Satıcı-Alıcı Oyunu, Strateji ve Taktikler

"Tactics are behaviors

Every behavior communicates"



SATINALMA ve TEDARİK ZİNCİRİ YÖNETİCİLERİNİN DERGİSİ
Satınalma Dergisi
11.Yıl satinalmadergisi.com

Murat Erdal

İstanbul Üniversitesi

(0212) 440 00 00/12344

İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fak.
İşletme Bölümü Beyazıt

www.muraterdal.com

merdal@istanbul.edu.tr

Eğitmen Hakkında

Prof. Dr. Murat Erdal, sektörel çalışmalarını tedarik zinciri analitiği, KPI'lar, performans sistemleri (SCOR), satınalma stratejileri ve kurumsal pazarda (B2B) satış, müzakere ve pazarlık yönetimi alanlarında sürdürmektedir.

11. yılında 125. sayısına gelen SATINALMA DERGİSİ nin kurucusudur.

Başlıca Eserler:

- B2B Satış Yönetimi (- 2023)
- Müzakere Teknikleri ve Pazarlık Becerileri
- Satınalma ve Tedarik Zinciri Yönetimi,
- Tedarik Zinciri Yönetimi Başarı Hikayeleri

İ.Ü. Bilim ve Teknoloji Politikaları Kurulu ile İ.Ü. Teknoloji Transfer ve Uygulama Merkezi (TTM) Yönetim Kurulu üyesidir.

İ.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Tedarik Zinciri Yönetimi Yüksek Lisans Program Başkanlığı görevini sürdürmektedir.

Tinova Bilişim Teknolojileri A.Ş.'nin ortağı olan Murat Erdal kurumsal pazarda iş odaklı ilerlemektedir.

Kurumsal Eğitim Referansları

- Garanti BBVA
- Ziraat Bankası
- Türk Ekonomi Bankası
- Şişecam
- Soda Sanayii - Mersin
- İSDEMİR - İskenderun
- Erdemir - Zonguldak
- Tosçelik - Osmaniye
- TUSAŞ (TAI) - Ankara
- PETKİM - Aliağa
- LC Waikiki
- COLIN'S
- Turkcell
- Türk Telekom
- Türk Standartlar Enstitüsü (TSE)
- Anagold Madencilik - Erzincan
- Kastamonu Entegre - İzmit
- Oğuzkaan Koleji
- TED Ankara Koleji -Ankara
- Bilişim Garajı
- Berdan Civata - Mersin
- VSY Biyoteknoloji
- Mega Metal - Kayseri
- Zorlu Tekstil - Lüleburgaz
- İSBAK
- BSH - Çerkezköy
- Avansas
- Toyota
- Yanmar
- BTC International
- BP
- MNG KARGO
- Gezer Terlik
- TOKİ – Emlak Yönetim
- Temesist - Bilecik
- TCI Cabin Interior
- Mondi Group-Çorlu
- NetLog
- İntercombi
- MKS Devo
- PolyInnova- Gaziantep
- Çanakkale Seramik - Çan
- Hamburger Containerborad - Çorlu
- Makel Elektrik
- VİKO
- Çuhadaroğlu Metal
- Hazar Grup
- Özler Plastik
- BOYTAŞ - Kayseri
- Meditera Tıbbi Malzeme
- Siegwerk Matbaa Mürekkepleri
- Türkiye Sermaye Piyasaları Birliği
- İstanbul Ticaret Odası
- İstanbul Sanayi Odası
- Güneydoğu Anadolu İhracatçı Birliği
- Orta Anadolu İhracatçı Birliği
- İMMİB
- İTKİB
- Türkiye İhracatçılar Meclsi
- TCDD
- UTİKAD
- Uluslararası Nakliyeciler Derneği
- İ.Ü. Turquality Eğitimleri
- Katılım Bankalar Birliği
- Trakya Kalkınma Ajansı
  Dış Ticaret Okulu
- Keşan Ticaret ve Sanayi Odası
- Antakya Ticaret ve Sanayi Odası
- İstanbul Üniversitesi
  Sürekli Eğitim Merkezi

Referans eğitimler, firma adreslerinde çok katılımcılı gerçekleştirilmiştir.

Kurumsal Eğitimler

01
Tedarik Zinciri Yönetimi

02
Satınalma Yönetimi

03
Müzakere Teknikleri ve Pazarlık

04
Lojistik ve Depo Yönetimi

05
Dış Ticaret

06
İnsan Kaynakları Yönetimi

07
Pazarlama ve Satış

Satınalma Dergisi Eğitim Kataloğu

https://satinalmadergisi.com/egitim.pdf

dergi@SatinalmaDergisi.com

(546) 740 10 10 ve (212) 509 56 56