



Prospecting

Kluczowe zagadnienia merytoryczne:

- Prospecting – sposoby docierania do odpowiednich osób.
- Identyfikacja kanałów prospectingowych i ich skuteczność dla branży.
- Świadome poszukiwanie i kwalifikowanie klientów.
- Po co nam Persona Prospectingowa?
- Problemy i wyzwania Persony - określenie procesu zakupów w danym kanale oraz dostosowanie komunikacji do Persony.
- Strategia komunikacyjna, personalizacja i właściwe argumenty
- Metody i narzędzia prospektingowe.
- Unikalna rozmowa – projektowanie skutecznych scenariuszy.
- Obiekcje i odmowy - jak przekuć je w (przyszłe) możliwości.
- Rola pytań w działaniach prospectingowych.
- Analiza „wygranych i przegranych” w celu poprawy efektywności działań; kluczowe wskaźniki efektywności.
- Personal branding w prospectingu (np. wykorzystanie LinkedIn).

forma spotkania: szkolenie stacjonarne, online lub w wersji hybrydowej

miejsce: do ustalenia

czas trwania: 1 lub 2 dni szkoleniowe lub odpowiednio 2 lub 4 sesje online

maksymalna liczba uczestników: 12 osób