

**ՀՀ բարձր տեխնոլոգիական արդյունաբերության նախարարության կողմից
հայտարարված դրամաշնորհային ծրագրի շրջանակում
«Բի Էս Մի» Բիզնեսի Աջակցման Կենտրոնն իրականացնում է
«10 թեմաներով անվճար վերապատրաստման դասընթացներ»**

SS վաճառքներ (Մկսնակ մակարդակ)

Ուսումնական ծրագիր

Հ/Հ	Թեմա	Դասընթացի նկարագրություն
1	Ներածական մաս	<ul style="list-style-type: none">Տ Դասընթացի նկարագիր և ծանոթացում:Տ SS վաճառքներ՝ բիզնեսի զարգացման մասնագետի դերը և առօրյանՏ Բիզնեսի զարգացման թիմերի կառուցվածք և դերերի բաժանումՏ Արդյունավետ հաղորդակցման կանոններ և գործիքակազմ
2	Բրենդի Տեսանկլիություն և իմիջի ստեղծում	<ul style="list-style-type: none">Տ Networking. Հարթակների և գործիքների ստեղծում.Տ Բիզնես էթիկետ. արտաքին տեսք և դրա ազդեցությունը անձնական և կորպորատիվ իմիջի վրա:Տ Թվային և Ոչ վերբալ հաղորդակցման կարևորությունըՏ Անձնական բրենդի և նեթվորքինգի կարևորությունը

3	<p>Նախապատրաստում Վաճառքին – Pre- Sales Activities</p>	<ul style="list-style-type: none"> Տ Հաճախորդի տիպայնության որոշումը Տ Հաճախորդների հետ հարաբերությունների և վստահության կառուցում Տ Հաճախորդի խնդիրների և կարիքների ճիշտ ախտորոշում Տ Բիզնես նամակների ստեղծում
4	<p>Վաճառքի առաջին փուլ՝ Հաճախորդի ճանաչում և կարիքների գնահատում</p>	<ul style="list-style-type: none"> Տ Առաջին տպավորություն Sales Introduction Call / Pitch Տ Ողջույնի մաս. հաճախորդի հետ առաջին կոնտակտի առանձնահատկությունները Տ Ակտիվ լսողության կարևորությունը Տ Վաճառքի ավարտի բանավոր և ոչ բանավոր ազդանշաններ, Sales Introduction Call / Pitch Տ Մասնակիցների կողմից վաճառքի գանգի իրականացում
5	<p>Վաճառքի երկրորդ փուլ. կարիքների գնահատում</p>	<ul style="list-style-type: none"> Տ Հաճախորդի խնդիրների և կարիքների ճիշտ ախտորոշում Տ Ճիշտ հարցադրում. SPIN հարցադրման տեխնիկա Տ Ակտիվ լսողության կարևորությունը Տ Արդյունավետ հաղորդակցման կանոնները. ոչ վերբալ (դիմախաղ և ժեստեր) հաղորդակցման կարևորությունը Տ Հաճախորդների հետ հարաբերությունների և վստահության կառուցում

6	Վաճառքի երրորդ փուլ. Business / Tech Proposal: ապրանքների/ծառայությունների ներկայացում	<ul style="list-style-type: none">Տ Բիզնես առաջարկի ստեղծում (business tech proposal)Տ Դրամաշնորհային ծրագրերի, մրցույթների համար առաջարկի կազմումՏ Կազմակերպության ապրանքների/ծառայությունների ներկայացումը հաճախորդի կարիքներին և տիպայնությանը համապատասխան
7	Վաճառքի չորրորդ փուլ. Վաճառքի Գործիքներ	<ul style="list-style-type: none">Տ Sales CRMՏ Հաճախորդների տվյալների մշակում և հավաքագրումՏ Աշխատանք CRM տվյալների հետ
8	Վաճառքի վերջին փուլ. Վաճառքի ամփոփում կամ չեղարկում	<ul style="list-style-type: none">Տ Վաճառքի դրական ավարտՏ Վաճառքի չեղարկումՏ Հաճախորդին follow-up նամակների ուղարկում
9	Վաճառքի հավելյալ տեխնիկաներ	<ul style="list-style-type: none">Տ Cross-selling և up-sellingՏ Cross-selling-ի համար անհրաժեշտ 7 քայլՏ Ավելի մեծ և ավելի լավ կամ up-selling-ի առանձնահատկությունները