



PiTtiG

Commerciële training
(ONLINE) MASTERCLASSES



Training **(online)** masterclasses

De Praktijkacademie Technische Groothandel PiTtiG biedt je 6 inspirerende (online) masterclasses, boordevol enthousiasme, opdrachten, trucks en tips om meteen de volgende dag al toe te passen binnen je eigen technische groothandel.

Alle (online) masterclasses

- duren 2-3 uur;
- worden aangeboden via Zoom, Teams of Meet;
- kennen per deelnemer een investering van € 365, excl. 21% btw;
- bieden een aanvullend managementboek of e-learning;
- sluiten af met een PiTtiG branchecertificaat;
- worden verzorgd door specialisten uit het vak.

Doelgroep

Accountmanager, baliemedewerker, binnendienstmedewerker.

Uitvoering

De (online) masterclasses worden als open inschrijving aangeboden, met een minimale groepsgrootte van 8 deelnemers. De masterclasses worden verzorgd door specialisten uit het vak.

Investerings

De investering per deelnemer bedraagt € 365, excl. 21% btw.

Locatie

De (online) masterclasses worden gegeven bij de deelnemende technische groothandels. In sommige gevallen kunnen de masterclasses ook online worden aangeboden.

Startdata

Kijk voor actuele startdata op www.praktijkacademiepittig.nl.

Informatie of aanmelding

Bezoek voor meer informatie of aanmelding www.praktijkacademiepittig.nl.

(online) masterclasses

Verhogen aantal orderregels

Over het allerbelangrijkste in de verkoop: vragen stellen, vragen stellen en nog eens vragen stellen. Behoeften achterhalen en vooral de klant verkopen wat hij nodig heeft voor z'n hele project, in plaats van alleen de bestelling te noteren die de klant plaatst. Dit levert veel meer op voor de klant én groothandel. De klant gaat compleet op klus en je groothandel realiseert meer orderregels. Social media voor arbeidsmarktcommunicatie.

Verhogen marge

Over het ombuigen van het prijsbezwaar in een gesprek en over de meerwaarde en services van je eigen technische groothandel. Over rotsvast achter je prijs staan, prijs-parkeer-technieken, korting ruilen en een notoire kortingsklant aan je concurrent gunnen.

Succesvol verkopen met videobellen

Waar moet je op letten in je communicatie met de klant, hoe werkt de harde techniek (bijv. je camera of het type programma waar je mee werkt) en hoe presenteert je jezelf professioneel (beeldbel-etiquette)? Ook de techniek van het verkopen zelf is online nét even anders. Je voelt je klant anders aan en bent meer op afstand van elkaar, maar gelijktijdig is de interactie juist veel intenser en diepgaander – zo samen achter een scherm zonder afleiding vanuit de fysieke omgeving.

Praktische social selling

Het sales- en marketinglandschap is veranderd. Zo kost het gemiddeld € 750,- om een accountmanager op pad te sturen naar een acquisitiesprek met een potentiële klant binnen een groot bedrijf. Van elke 100 prospects die je via cold calling te spreken krijgt, zijn er slechts 6 tot 12 die instemmen met een afspraak (en dan doe je het goed!). En slechts 3% van alle prospects in de markt is op het moment dat jij aanklopt, bereid om te kopen. Dus, een koude benadering kost veel tijd en geld en levert weinig op. Tijd dus voor een warme social selling aanpak. Je leert het hier!

Verkopen op onderscheid

Onze branche bestaat uit circa 2.000 technische groothandels. Omdat de buurman (soms heel letterlijk!) in veel gevallen dezelfde producten verhandelt, is de noodzaak tot onderscheid groot. Wat maakt dat de klant nu juist bij jouw groothandel binnenloopt? In deze masterclass word je geprikkeld om op zoek te gaan naar het verschil in product, services, concept, diensten en....échte uniciteit; dat stukje écht niet kopieerbare. Je leert dit slim, in 60 seconden, aan je klant te 'verkopen'.

Slim bijverkopen

Over het tippen van de klant over slimme productcombinaties en overtuigend het 'grotere' product verkopen. De klant een grote verpakking aanbieden is slim voor de klant en jouw groothandel. De klant grijpt nooit mis en je groothandel realiseert een hoger bestelbedrag. De kunst in succesvolle bijverkoop is het krachtig en overtuigend presenteren van je bijverkoopaanbod, als 'waarheid'. Die klant kan dan niet om je aanbod heen. Je helpt je klant er enorm mee, want die kan ongestoord z'n klussen uitvoeren, zonder terug te moeten voor een verloren boodschap.

