

## 6 BITEVNÍCH POLÍ

Jak uspět proti silné konkurenci



### ► Účinná metoda

Většina firem dnes působí v relativně stabilním tržním prostředí, ve kterém je k úspěchu potřeba opakovaně „vítězit“ nad konkurencí. (Potenciální) zákazníci mají obvykle pozitivní vztahy se svými současnými dodavateli. K prosazení se je nutné toto jejich „nastavení“ změnit.

Přesto standardní pomůcky a nástroje připravené marketingem (SWOT analýzy, produktová videa, brožury, prezentace, „positioning statement“, „value proposition“...) pomáhají prodejním týmům v boji proti konkurenci jen omezeně. Zaměřují se na celý trh místo na konkrétní konkurenty a často jsou také přehnaně optimistické, čímž jen dále posilují přesvědčení zákazníků, že všichni dodavatelé jsou vlastně stejní.

Při bližším prozkoumání je ale patrné, že nabízená řešení jednotlivých konkurentů mají řadu silných stránek i slabín. Jsou to výhody a nevýhody, které musí prodejní tým

znát a být připraven je systematicky využívat pro úspěšný prodej v konkurenční situaci.

Řešením v této situaci je využít koncept Mercuri International nazvaný „6 bitevních polí“ (Six Battlefields). Ten definuje 6 polí, v nichž se musí potenciální dodavatel střetnout s konkurencí, aby přesvědčil zákazníka. Každé bitevní pole vyžaduje specifický přístup a strategii, která prodávajícího úspěšně odliší od konkurenta, a dostane z jeho letargické pozice „všichni jsou stejní“.

4 kroky pro úspěch v konkurenční situaci:

- Stanovení jasné strategie pro každé „bitevní pole“
- Změna preference zákazníka
- Prodej přidané hodnoty
- Perfektní zvládnání prodejního rozhovoru

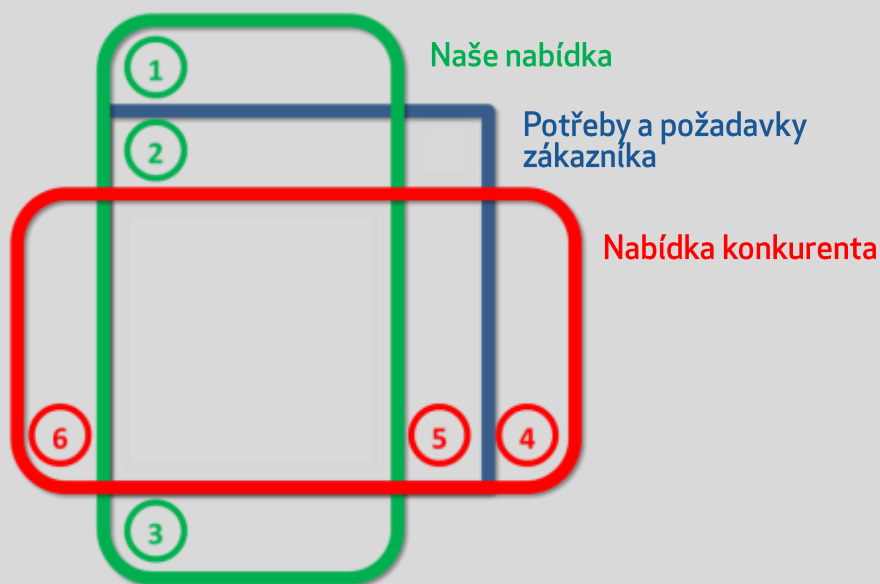


Koncept Mercuri International „6 bitevních polí“ je velmi účinnou metodou, jak zvýšit úspěšnost prodejního týmu proti silnému konkurentovi.

Pro více informací navštivte [www.mercuri.cz/6-bitevnich-poli](http://www.mercuri.cz/6-bitevnich-poli) nebo nás kontaktujte na [mercuri@mercuri.cz](mailto:mercuri@mercuri.cz).

## Model „6 bitevních polí“

Jednotlivá „bitevní pole“ jsou kombinací tří oblastí – potřeb a požadavků zákazníka, naší nabídky a nabídky konkrétního konkurenta.



### ► Výsledek tréninku

Po absolvování tréninku bude váš prodejní tým schopen změnit pozitivním způsobem názory zákazníka na vaši nabídku, dokonce i v případě silné preference konkurenta.

Výstupy z tréninku jsou okamžitě aplikovatelné při všech prodejních jednáních, např. opětovném získávání zákazníků, zvyšování podílu u stávajících zákazníků nebo při akvizici nových zákazníků.

Ještě vyšší účinnosti můžete dosáhnout tím, že v návaznosti na trénink připravíte specifickou prodejní kampaň.

### ► Vyhrajte nad konkurencí v 5 krocích

1. Definování významné opakované konkurenční situace – společně s managementem
2. On-line dotazník mapující názory prodejního týmu a manažerů na současné a budoucí klíčové konkurenční situace
3. Příprava tréninku – společně s managementem
4. 2denní trénink „6 bitevních polí“ s celým prodejním týmem (účast marketingových a produktových specialistů je vítána)
5. Implementace – podpora a koučování v průběhu následné prodejní kampaně

*„Tento velmi specifický a praktický přístup nám přinesl rychlé zlepšení a rozhodně se nám vyplatil“*

*David Varey,  
Manager Central Commercial Business Velux Group,*



Koncept Mercuri International „6 bitevních polí“ je velmi účinnou metodou, jak zvýšit úspěšnost prodejního týmu proti silnému konkurentovi.

Pro více informací navštivte [www.mercuri.cz/6-bitevnich-poli](http://www.mercuri.cz/6-bitevnich-poli) nebo nás kontaktujte na [mercuri@mercuri.cz](mailto:mercuri@mercuri.cz).