

#HowYouSellMatters Edukativni program za male biznise

Šta je #HowYouSellMatters Edukativni program za male biznise ?

#HowYouSellMatters Edukativni program za male biznise namenjen je mikro i malim preduzećima koja imaju ili žele da pokrenu *online* prodavnicu kroz unapređenje korisničkog iskustva svojih kupaca, što bi dovelo do unapređenja njihovog poslovanja u cilju postizanja kvalitetnijih poslovnih rezultata. Na tržištu je trenutno malo *online* prodavnica koje obraćaju pažnju na celokupno iskustvo korisnika. Kako su mala i srednja preduzeća uglavnom svesna da je *online* izuzetno bitan kanal, a u svetlu krize prouzrokovane pandemijom COVID-19 koja je dovela do velikog skoka *online* prodaje i mnogih izazova prilagođavanja korisnicima, ovaj program će pomoći biznisima da dođu do svojih korisnika, da unaprede njihovo iskustvo i povećaju konverziju, ali i da bolje upravljaju svojim poslovanjem.

Kako program izgleda?

Program kombinuje različite formate predstavljanja i izvođenja tema od važnosti za poslovanje *online* prodavnica. Sva predavanja i radionice su podeljene u dva glavna dela: teorijski i praktični, sa različitim tematskim celinama.

Prvi deo programa će se fokusirati na širu ciljnu grupu mikro i malih preduzeća (između 50 i 100) tokom septembra 2020. godine, i sastojće se od 4 *online* treninga i 2 *online* sastanka sa gostujućim ekspertima i konkretnim primerima u ukupnom trajanju od 12 sati. U fokusu ovog dela programa biće teme važne za određivanje ciljne grupe, marketinga i komunikacija, analitike, automatizacije i brige o kupcima. Ovaj deo programa, iako teorijski, obuhvatiće i seriju konkretnih praktičnih zadataka za učesnike kako bi stečeno znanje mogli direktno da primene na svoj biznis i da postave dobre temelje za naredni deo programa.

Drugi deo programa će biti fokusiraniji na direktan i dublji rad sa mentorima za najmanje 10 odabranih preduzeća iz prvog dela programa. Ovaj deo programa bi se održavao u dužem vremenskom intervalu, u periodu oktobar – decembar 2020. Teme i način rada u drugom delu programa će biti mapirani na onsovu faze razvoja, iskustva i potreba učesnika mapiranih tokom trajanja prvog dela programa.

U skladu sa trenutnom epidemiološkom situacijom, program se u celosti realizuje *online*.

Napomena: S obzirom na koncept projekta i trenutne iskomunicirane rokove, ova ponuda će se odnositi isključivo na prvi deo programa koji će se održati u septembru 2020. Detaljniji koncept drugog dela programa, kao i finansijski aranžman za drugi deo programa će biti izrađeni u toku sprovođenja prvog dela programa u septembru 2020.

**Webshop booster program je trenutno radno ime projekta. Konačno ime projekta će se definisati*

Program će okupiti predstavnike između 50 i 100 mikro i malih preduzeća koja imaju ili žele da pokrenu *online* prodavnicu. Program je idealno namenjen osobama koje unutar kompanije vode webshop aktivnosti, promotivne aktivnosti, kao i direktorima prodaje ili category menadžerima koji donose odluke o upravljanju asortimanom prodavnice. Iz svake prodavnice moguće je da učestvuje do 3 polaznika prema aktivnostima koje obavljaju, a koje obrađuju teme programa.

Šta polaznici programa dobijaju kroz ovakvu edukaciju?

Po završetku prvog dela programa polaznici će biti:

- upoznati sa značajem korisničkog iskustva i na koji način da razmišljaju o unapređenju;
- upoznati sa osnovnim alatima za poboljšanje korisničkog iskustva;
- upoznati sa osnovama digitalnog marketinga i *online* oglašavanja sa fokusom na kreiranje konverzija;
- biće obučeni da koriste osnovne alate za promociju *online* prodavnice;
- dobiće praktične savete za postavljanje i vođenje svoje *online* prodavnice;
- osnaženi da samostalno mapiraju ciljne grupe, kreiraju profil idealnog kupca, izvrše ispitivanje pretpostavki, kreiraju jasno mapiran put prodaje, izrade jasno definisanu strategiju komunikacije, mapiraju aktivnosti za povećanje prodaje, kreiraju jasan plan aktivnosti za narednih 6 meseci.

Sadržaj programa

#HowYouSellMatters Edukativni program za male biznise **– Deo 1. – Teorijski uvod sa praktičnim zadacima**

Korisničko iskustvo (Customer Experience, CX) je skup svih **interakcija** koje korisnik ima sa kompanijom tokom celog trajanja njihove saradnje. Ovo uključuje **inspiraciju**, otkrivanje, interakcije, kupovinu, korišćenje, podršku i na kraju **način odlaska**. U *online* prodaji gde je velika konkurencija lokalnih, ali i globalnih prodavnica, korisničko iskustvo je još važnije, jer postati primećen u mnoštvu konkurenata, pretvoriti potencijalnog kupca u kupca i zadovoljavati njegove potrebe na funkcionalan, pogodan i povoljan način predstavlja veliki izazov. Gotovo 57% *online* kupaca kaže da su upravo usled lošeg korisničkog iskustva prestali da kupuju u određenoj radnji. S druge strane, istraživanja pokazuju da 89% prodavaca planira ili se već takmiči uglavnom koristeći korisničko iskustvo kao prednost.

Međutim, kako bi kreirali kvalitetno korisničko iskustvo, prodavci moraju da jasno definišu svoje ciljne grupe, konkretne kanale komunikacije i marketinga, kao i načine komunikacije, zatim da unaprede samo prodajno iskustvo i na kraju da koriste raspoložive podatke za konstantno unapređenje korisničkog iskustva.

Ovo su samo neki od najvažnijih faktora uticaja na poslovanje, profitabilnost i rast *online* prodavnica, stoga je fokus prvog dela Webshop Booster programa upravo na ovim elementima, sa ciljem da se kod polaznika stvori jaka teorijska osnova za dalji rad, uz konkretne praktične zadatke kojima će naučenu teoriju primeniti u praksi.

Kroz predavanje i praktične vežbe svi učesnici će raditi na mapiranju 3 ciljne grupe za svoj biznis i profilu idealnog kupca (kreiranje avatara) koji će kasnije koristiti u izradi marketing strategije. Učesnici će mapirati 3 osnovne pretpostavke zbog čega misle da bi neko kupio njihov proizvod ili uslugu. Na osnovu ovih pretpostavki odrediće 3 ciljne grupe koje mogu biti B2B ili B2C, zavisno od poslovnog modela. Za svaku grupu definišće osnovne demografske i psihološke karakteristike i prema njima izraditi upitnik koji će služiti za proveru pretpostavki od kojih su krenuli. Zavisno od rezultata koje dobiju, po potrebi se mogu menjati ciljne grupe ili pretpostavke.

Očekivani ishodi/rezultati treninga:

- Svaki učesnik će mapirati 3 ciljne grupe za svoj biznis;
- Svaki učesnik će kreirati profil idealnog kupca;
- Svaki učesnik će izraditi upitnik za ispitivanje (10-15 pitanja);
- Svaki učesnik će izvršiti ispitivanje i potvrditi pretpostavke (min. 20 ispitanika).

Osnovni cilj u ovoj fazi rada jeste da učesnici jasnije vide kome se tačno obraćaju kako bi znali gde i na koji način to da urade.

2. TRENING: Marketing i komunikacija

Kroz predavanje i rad na praktičnim zadacima učesnici će prema prethodno mapiranoj ciljnoj grupi izraditi put prodaje za svoje kupce sa jasno definisanim aktivnostima u svakoj fazi. Trening će pokriti 5 faza prodaje: istraživanje, interakcija, kupovina, upotreba i dalja saradnja, i za svaku definisati aktivnosti koje već rade i one koje mogu dodati. Uz StoryBrand canvas svi učesnici će imati jasno definisanu strategiju komunikacije sa ključnim vrednostima.

Očekivani ishodi/rezultati treninga:

- Svaki učesnik ima jasno mapiran put prodaje i aktivnosti za svaku od 5 faza;
- Svaki učesnik će uz pomoć *StoryBrand canvasa* izraditi jasno definisanu strategiju komunikacije.

Osnovni cilj u ovoj fazi rada jeste da učesnici sada kada znaju kome se obraćaju jasnije i efektivnije postavite kanale svoje komunikacije i levak prodaje (*sales funnel*).

3. TRENING: Online prodaja

Kroz predavanje i praktičan rad učesnici će se upoznati sa mogućnostima kako sve mogu povećati prodaju, kako najbolje odrediti i prilagoditi cenu. Trening će pokriti 5 strategija za povećanje prodaje sa praktičnim primerima koje odmah mogu primeniti. Za svaku od faza učesnici će mapirati aktivnosti koje već rade i one koje planiraju da uključe. Pored toga, učesnici će dobiti jasan prikaz šta *online* prodavnica i *landing* stranica treba da sadrže. Trening

implementirati svako od učesnika.

Očekivani ishodi/rezultati treninga:

- Svaki učesnik ima mapirane aktivnosti za povećanje prodaje (min. 3-5);
- Svaki učesnik će osmisliti sadržaj za svaki od 10 blokova prodajne stranice sa kojim mogu unaprediti svoju online prodaju.

Osnovni cilj ove faze rada jeste jasno analiziranje trenutne situacije i identifikovanje prostora za unapređenje i povećanje prihoda.

4. TRENING: Analitika, automatizacija i briga o kupcima

Na poslednjem treningu pažnja će biti posvećena dugoročnoj izgradnji odnosa poverenja sa kupcima. Ceo program je postavljen da prati sam proces prodaje, od prvog kontakta do održavanja i izgradnje dugoročnog poverenja. Ovde će se raditi i sa alatima koji mogu pomoći i automatizovati određene procese (Google Business, Google Analytics, E-mail, itd.). Sa ovim predavanjem zaokružiće se tema *online* prodaje i odrediće se dalji pravac rada i razvoja. Na kraju ovog ciklusa svi učesnici će izraditi mini akcioni plan za narednih 6 meseci sa aktivnostima u cilju povećanja online prodaje.

Na osnovu rada i analize učesnika biće mapirane teme koje po potrebi mogu dodatno da se obrade u drugoj fazi programa.

Očekivani ishodi/rezultati treninga:

- Svaki učesnik ima određen set alata i kanala komunikacije koje koristi za unapređenje odnosa sa kupcima nakon kupovine;
- Svaki učesnik ima napravljen jasan plan aktivnosti za narednih 6 meseci.

Osnovni cilj posle prve faze treninga jeste da svi učesnici imaju jasniju sliku trenutnog stanja i jasno mapirane korake za unapređenje u određenom vremenskom okviru.

Pored navedena 4 treninga biće održana i 2 *online* sastanka sa gostima, gde će se kroz praktične primere i priče uspešnih preduzetnika i eksperata na polju *online* prodaje još jednom proći sve teme i metodologije sa kojima su se učesnici upoznali tokom programa. Osnovni cilj ovih sastanaka jeste da učesnicima da realnu sliku, nove ideje i uvide kako da unaprede svoj biznis, ali i da konkretnim primerima ilustruje primenu naučene teorije u praksi, kao i primenu konkretnih alata sa kojima su se učesnici upoznali. Takođe, u ovom formatu moguće je obraditi teme i pitanja koje se pojave tokom treninga.

Za sve treninge učesnici dobijaju prateći materijal, radne listove i zadatke koje treba da ispune.