

„Sprzedaż: techniki i strategie sprzedaży w praktyce”

Opis szkolenia:

Szkolenie ma na celu zapoznanie Uczestników z procesem sprzedaży od momentu przygotowania i planu do momentu zakończenia transakcji. Kurs jest oparty o trzy moduły: proces, klient, handlowiec. W części pierwszej Uczestnicy poznają zasady prowadzenia procesu sprzedażowego od nawiązania pierwszego kontaktu z klientem, przez badanie potrzeb, prezentację oferty, przekonywanie, negocjacje, tricki sprzedażowe, strategie odpierania obiekcji po zamknięcie transakcji.

W części drugiej kursanci poznają typy klientów i uczą się jak dostosować sprzedaż do każdego z nich, uczą się także sposobów postępowania z tzw. trudnymi postawami klientów. W części trzeciej, Uczestnicy poznają i analizują swoje mocne i słabe strony w sprzedawaniu, badają własną motywację i nastawienie do sprzedaży. Kurs porusza też wątek wzmacniających i ograniczających sprzedaż przekonań i nawyków działania.

Uzyskane umiejętności:

- wiedza dotycząca metod identyfikacji i docierania do nowych klientów
- odpowiednie zachowanie się podczas pierwszego kontaktu
- analiza potrzeb klienta
- skuteczna prezentacja usługi lub produktu
- umiejętność negocjowania

Program szkolenia:

I. Proces sprzedaży

- Jak zacząć żeby sprzedać: jak przyciągnąć uwagę klienta
- 5 etapów procesu sprzedaży
- Prezentacja handlowa: indywidualna i grupowa (do czego powinniśmy przekonać klienta?)
- Jak zwiększyć sprzedaż nie zwiększając bazy klientów?
- Jak zdobyć polecenie i referencje klienta?
- Skuteczne argumentowanie i elementy perswazji
- Prezentowanie informacji interesujących klienta

- Klarowność i struktura wypowiedzi
- Ćwiczenie: rozmowa według schematu: cecha, zaleta, korzyść
- Jak zamknąć rozmowę handlową:
 - rozwiewanie wątpliwości klienta
 - przewyższanie negatywnego nastawienia i stereotypów
 - techniki pomagające podjąć decyzję
 - okazywanie szacunku i zainteresowania klientowi nawet gdy informacje nie do końca spełniają oczekiwania klienta
 - różna sposoby zamykania transakcji
 - procedura podtrzymywania kontaktu
- Jakich błędów w sprzedaży unikać?

II. Klient

- Różne osobowości - różni klienci
- Definiowanie profilu kandydata na klienta
- Jak rozmawiać z klientami w różnym wieku?
- Jak rozmawiać z kobietami a jak z mężczyznami?
- Potrzeby klientów: jak je rozpoznawać - nawet, gdy klienci o nich nie mówią
- Racjonalne i emocjonalne powody podejmowania decyzji
- Co zrobić, aby utrzymać klienta? - przekonywanie klienta do stałej współpracy
- Dlaczego klienci odchodzą
- Reagowanie na sytuacje trudne:
 - klient roszczeniowy
 - klient niegrzeczny, arogancki
 - klient niezdecydowany
 - klient wywyższający się
 - klient rozżalony
 - klient z pretensjami
 - klient, który prowokuje
 - klient, który poniża
- Co podwyższa a co obniża emocje?

III. Handlowiec

- Entuzjazm i zaangażowanie
- Wiara w produkt, wiara w firmę
- "Sprzedać" siebie: zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej
- Pozytywne nastawienie do sprzedaży - dlaczego jest tak ważne?
- Jak wzbudzić chęć posiadania produktu przez klienta
- Jak wykazać przewagę swojej oferty nad innymi
- Gdy się nie wyróżniasz, musisz mieć niskie ceny
- Dlaczego cena nie ma znaczenia?
- Zasady skutecznego słuchania
- Być rozpoznawalnym na rynku

Metodologia:

Podczas szkolenia wykorzystujemy następujące metody szkoleniowe:

- mini wykłady w Power Point
- gry zespołowe i ćwiczenia w grupach
- dyskusja na forum
- odgrywanie ról
- praca z kamerą i analiza uzyskanego materiału
- mini filmiki szkoleniowe

Informacje organizacyjne:

Ilość godzin szkolenia: 12 godzin / 2dni

Godziny szkolenia: 9:15-15:15

Miejsce szkolenia: Łódź, ul Piotrkowska 125 – KM Studio - szkolenia