

Cecha, Zaleta, Korzyść; w procesie sprzedaży

program szkoleniowy z dużym udziałem ćwiczeń; dla handlowców / doradców
2 dni.

Charakterystyka szkolenia:

Adresaci szkolenia:

pracownicy dz. handlowego

Cel szkolenia:

- Doskonalenie warsztatu pracy sprzedawcy/doradcy – szczegóły jej specyfiki.
- Wskazanie jak być skutecznym, aby dojść do sukcesu w sprzedaży.
- Zdobyć narzędzi do efektywnej komunikacji z klientem.
- Zdobyć narzędzi do efektywnego przeprowadzenia procesu sprzedaży.
- Usystematyzowanie wiedzy o procesie i technikach sprzedaży ze szczególnym uwzględnieniem metody CZK (Cecha, Zaleta, Korzyść).
- Zdobyć nowej wiedzy i umiejętności.
- Identyfikacja mocnych i słabych stron każdego z uczestników, służąca nakreśleniu kierunków indywidualnego rozwoju zawodowego.
- Możliwość wymiany doświadczeń uczestników szkolenia.
- Doskonalenie umiejętności sprzedaży stosownie do indywidualnych doświadczeń, możliwości i potrzeb.

Zakres tematyczny, program:

Wstęp

- **Ćwiczenie** – rozgrzewka – przedstaw się – drzewo oczekiwań
- Omówienie treści dwóch dni
- Kim jest klient?
 - Ćwiczenie** Zachowania pracowników sprzedaży i ich wpływ na klienta
 - Ćwiczenie** Twoja mocna i słaba strona w obsłudze
 - Ćwiczenie** Jak i gdzie znaleźć klienta? Ćwiczenia w podgrupach.
- 1. rola sprzedaży i sprzedawcy w działalności przedsiębiorstwa
 - **Ćwiczenie x 3** praca w podgrupach, prezentacje, dyskusja
 - Czym jest sprzedaż?
 - Jaka jest rola personelu sprzedaży?
 - Wymień ważne Twoim zdaniem cechy sprzedawcy?
- 2. proces sprzedaży
 - grupy potrzeb ludzkich – **Ćwiczenie** Jakie potrzeby mają twoi klienci?
 - proces dokonywania decyzji zakupowych - **Ćwiczenie** W którym punkcie najbardziej widzisz swoją rolę?
- 3. kontakt z klientem – pierwsze wrażenie, ustalenie potrzeb i wynikających z nich korzyści w oparciu o cechy i zalety oferowanego produktu/usługi.
 - aktywne słuchanie, aktywna rozmowa
 - **Ćwiczenie** Ustalcie ranking 5 najważniejszych punktów aktywnej rozmowy
- 4. komunikacja sprzedawcy z klientem
 - obsługa to...

- skuteczne zaawansowane komunikowanie werbalne i pozawerbalne

Ćwiczenie komunikacja x 2

Praca indywidualna. Uzupełnij zdania.

- podświadomość **Ćwiczenie**
5. prezentacja Cech Zalet i Korzyści produktów firmy
- Cecha Zaleta Korzyść
 - **Ćwiczenie**
 - **Ćwiczenie** Segmenty nabywców. Praca w podgrupach, prezentacje, oceną, wnioski.
 - **Rozmowa z klientem – odgrywanie ról z wykorzystaniem metody CZK**
6. obiekcje, zarzuty klientów
- **Ćwiczenie** co to są zastrzeżenia?
 - metody radzenia sobie z zastrzeżeniami,
 - **Ćwiczenie** test umiejętności przewidywania zachowań ludzi w sytuacjach manipulacyjnych
7. sposoby finalizowania sprzedaży
- **Ćwiczenie** Zastanów się jakie sygnały zakupu odbierasz?
 - **Ćwiczenie** Metody zamknięcia sprzedaży.
 - **Rozmowa z klientem – odgrywanie ról**
8. zasady rozmów z trudnymi klientami
- **Ćwiczenie** Czego nie lubią Twoi klienci?
 - klienci nie lubią...
 - **Ćwiczenie** Jak radzić sobie w trudnych sytuacjach?
 - **Ćwiczenie** Typy trudnych klientów. Praca indywidualna.
 - Ranking trudnych klientów. Dyskusja, wnioski. Jakimi korzyściami dla klienta operować przy każdym z typów trudnych klientów? Praca w podgrupach, prezentacje, wnioski.
 - **Rozmowa z klientem – odgrywanie ról**

9. materiały promocyjne wykorzystywane w czasie sprzedaży – gdzie umieścić cechy, gdzie zalety, gdzie korzyści?
 - model podejmowania decyzji w oparciu o promocję
 - **Ćwiczenie** Dyskusja, wnioski.
10. Sesja podsumowująca
 - **Ćwiczenie**

Zakończenie

Stosowane metody szkoleniowe:

Analiza przypadków, ćwiczenia zespołowe, indywidualne, dyskusje kierowane, własne metody treningowe, wykład.

Szkolenie będzie realizowane metodami warsztatowymi, angażującymi uczestników, przewidziane są m.in.:

- odgrywanie scenek
- ćwiczenia w podgrupach
- praca indywidualna

Uzasadnienie:

Dostarczenie wiedzy przeglądowej, dającej wiele możliwości; pracy z klientem, osiągnięcia sprzedaży i przygotowującej praktycznie do zadań. Ćwiczenia pomagają zidentyfikować obszary wymagające doskonalenia i zbliżają do sytuacji rzeczywistych. Pomagają skonfrontować wyobrażenia z realiami. Dostarczają własnych doświadczeń.

Możliwość wymiany doświadczeń uczestników szkolenia.

Doskonalenie umiejętności pracy z klientem stosownie do indywidualnych doświadczeń, możliwości i potrzeb.

Spodziewane rezultaty:

Praktyczne doskonalenie warsztatu pracy sprzedawcy, zdobycie narzędzi do efektywnej komunikacji z klientem poprzez usystematyzowanie wiedzy i umiejętności o procesie i technikach sprzedaży oraz zdobycie nowej.

Praktyczne wykorzystanie zasady argumentacji w oparciu o korzyści dla klienta, umiejętne używanie zalet oraz zdolność właściwego traktowania cech w procesie sprzedaży.

Wymiana doświadczeń i nawiązanie relacji w zespole. Zmniejszenie poziomu niepewności, nabranie wiary w siebie i przekonania, że wszystko „jest w rękach” szkolącego się. Oswojenie z ewentualnymi utrudnieniami, stawienie im czoła, przygotowanie się „do ataku i obrony”.

Uczestnicy, miejsce, termin, czas trwania szkolenia:

Uczestnicy:

Optymalnie - grupa 6-12 osób

Miejsce:

Pomieszczenie – sala wyznaczona przez zlecającego

Termin szkolenia:

Do ustalenia

Czas trwania szkolenia:

Łączna liczba dni: 2

Łączna liczba godzin: 16

Inne:

Potrzebne będą:

wygodna, cicha, duża sala na 3-4 osoby więcej (powierzchniowo) niż będzie uczestników szkolenia

Ponadto: ekran lub biała (jasna) ściana, flip chart, napoje.

Wykorzystywane narzędzia:

projektor multimedialny z prezentacją PowerPoint, kamera cyfrowa, drukowane materiały dla uczestników, długopisy, przywieszki, pisaki do ćwiczeń dla uczestników.