

Sprzedaż i obsługa klienta przez telefon

trening sprzedażowy

Cele szkolenia:

Weryfikacja nastawienia do rozmów telefonicznych w trakcie sprzedaży jak i obsługi klienta. Przewyciężenie obawy związanej z telefonowaniem do klienta z propozycją skorzystania z usług firmy. Przećwiczenie sposobów prowadzenia efektywnej rozmowy handlowej przez telefon. Zdobywanie, zrozumienie i zastosowanie w praktyce, wiedzy jak dostroić się do klienta / rozmówcy, jak dostosować zachowanie.

Poprawa organizacji pracy, ustalania priorytetów, doskonalenie umiejętności dokonywania wyborów.

Uświadomienie, kim jest klient i jakie jest jego znaczenie dla firmy. Budowanie relacji partnerskich. Poznanie znaczenia kontaktu z firmą przez telefon. Poznanie błędów i złotych zasad rozmowy telefonicznej. Najprostsze jest najtrudniejsze, – czyli poznanie złowrogiego znaczenia przyzwyczajęń – drugiej natury człowieka m.in. podczas rozmowy telefonicznej z klientem. Zdobywanie narzędzi do efektywnej komunikacji z klientem przez telefon. Odpowiedź na pytanie: jak rozwijać obsługę przez telefon?

Zrozumienie, że sprzedaż, w tym obsługa klienta, to proces. Analiza obsługi klienta. Etapy procesu. Charakterystyka poszczególnych typów klientów. Opanowanie metod obsługi i osiągania korzyści dla obu stron. Zasady prowadzenia rozmowy i efektywnej komunikacji z klientem. Budowanie relacji.

Identyfikacja mocnych i słabych stron każdego z uczestników, służąca nakreśleniu kierunków indywidualnego rozwoju zawodowego. Możliwość wymiany doświadczeń uczestników szkolenia. Doskonalenie umiejętności pracy z klientem stosownie do indywidualnych doświadczeń, możliwości i potrzeb.

Idea nieustannego „stawania się kimś więcej niż się jest”, będąca podstawą autentycznego procesu rozwoju, stanowi motyw przewodni szkolenia.

Zakres tematyczny:

Wstęp

- Cel szkolenia
- Omówienie treści dwóch dni
- Kim jest klient? Jak nie bać się telefonować?
- Metodyka pracy – rola organizacji pracy, jak ustalać priorytety?
- Zachowanie pracowników obsługujących klienta – wpływ na klienta
 1. proces zakupu – jak dostroić się do klienta
 - zachowania klientów
 - grupy potrzeb ludzkich – jak dostroić się do klienta?
 - proces dokonywania decyzji zakupowych
 2. kontakt z klientem – rozmowa telefoniczna - pierwsze wrażenie, ustalenie potrzeb
 - aktywne słuchanie – umiejętność dokonywania wyborów
 3. komunikacja sprzedawcy z klientem podczas rozmowy telefonicznej – umiejętność dostosowania zachowania do rozmówcy – budowanie relacji partnerskich
 - głuchy telefon - ćwiczenie
 - obsługa to...
 - słowo o porozumiewaniu się - wykres
 - skuteczne komunikowanie - wykres
 - skuteczne komunikowanie werbalne i pozawerbalne
 - język obsługującego
 - pytania
 - parafraza – budowanie relacji partnerskich
 - etapy rozmowy
 - podświadomość
 - Zasady rozmowy przez telefon
 - Zasady przełączania rozmów
 - Rozmowa telefoniczna - odgrywanie ról – scenki (T1, T2).
 4. prezentacja cech i korzyści produktów/usług firmy
 - aktor
 - etapy prezentacji
 - Cecha Zaleta Korzyść
 - i. Ćwiczenie - CZK
 - Rozmowa telefoniczna - odgrywanie ról – scenki (T3, T4).

5. obiekcje, zarzuty klientów
 - co to są zastrzeżenia?
 - metody radzenia sobie z zastrzeżeniami,
 - metody radzenia sobie z reklamacjami,
 - metody radzenia sobie z agresywnym klientem
6. psychologiczne aspekty technik obsługi klienta i sprzedaży
 - wywieranie wpływu a manipulacja
 - reguły/zasady wywierania wpływu
 - sytuacje manipulacyjne
 - diabeł tkwi w szczegółach – rozmowa telefoniczna barometrem jakości i poziomu rozwoju emocjonalnego firmy
7. sposoby finalizowania sprzedaży
 - sygnały zakupu
 - jak zamknąć sprzedaż?
 - Rysowanie – ćwiczenie
 - Rozmowa telefoniczna - odgrywanie ról – scenki (T5, T6).
8. metody łagodzenia dysonansu pozakupowego
 - sześć metod
 - zmniejszanie ryzyka powstania dysonansu
9. zasady rozmów z trudnymi klientami
 - klienci nie lubią...
 - jak radzić sobie w trudnych sytuacjach?
 - Typy trudnych klientów
 - Rozmowa telefoniczna - odgrywanie ról – scenki (T7, T8).
10. zasady pracy w zespole
 - szklanka - ćwiczenie
11. 10 rad skutecznego sprzedawcy

Adresaci szkolenia:

Pracownicy działu handlowego, sekretariatu, recepcji, innych mających kontakt z klientem przez telefon.

Typ szkolenia:

Zamknięte

Stosowane metody szkoleniowe:

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

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

- odgrywanie scenek z rejestrowaniem ich przebiegu na kamerze i odtwarzaniem podczas omawiania
- ćwiczenia w podgrupach – z wykorzystaniem m.in. folii podczas przygotowywania prezentacji
- dyskusje kierowane
- praca indywidualna
- pytania

Treści szkolenia prezentowane są przy użyciu komputera i programu PowerPoint, projektora cyfrowego, folii i rzutnika pisma, kamery wideo z zapisem scenek.

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 przygotowanie do pracy sprzedawcy, zdobycie narzędzi do efektywnej komunikacji z klientem poprzez usystematyzowanie wiedzy i umiejętności o procesie i technikach obsługi i sprzedaży oraz zdobycie nowej. 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”.

Udokumentowanie uczestnictwa:

Dyplom ukończenia szkolenia

Liczebność grupy szkoleniowej:

Optymalnie do 12 osób

Miejsce:

Do ustalenia.

Termin:

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.