

Proces i techniki sprzedaży

w tym;

obsługa klienta, rozmowa handlowa

pełen program szkoleniowy

2 lub 3 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.
- Zdobyć nową wiedzę i umiejętności.
- Przypomnienie, kim jest klient i jaka jest jego rola oraz charakterystyka.
- 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

- Cel szkolenia
- Omówienie treści
- Kim jest klient?
- **Ćwiczenie.** Zachowania pracowników działu obsługi klienta / sprzedawców i ich wpływ na klienta
- Metodyka pracy
 1. rola sprzedaży i sprzedawcy w działalności przedsiębiorstwa
 - czym jest sprzedaż
 - rola personelu sprzedaży
 - cechy sprzedawcy
 2. proces sprzedaży
 - zachowania klientów
 - grupy potrzeb ludzkich
 - proces dokonywania decyzji zakupowych
 3. kontakt z klientem – pierwsze wrażenie, ustalenie potrzeb
 - aktywne słuchanie, aktywna rozmowa
 4. komunikacja sprzedawcy z klientem
 - **głuchy telefon - ćwiczenie**
 - obsługa to...
 - skuteczne komunikowanie werbalne i pozawerbalne
 - język sprzedawcy
 - pytania
 - **Ćwiczenie** w podgrupach. Zamień pytania zamknięte na pytania otwarte.
 - Parafraza
 - **Ćwiczenie.** Sparafrazuj zdania, używając zwrotów charakterystycznych dla parafrazy.
 - etapy rozmowy
 - podświadomość
 5. prezentacja cech i korzyści produktów firmy

- aktor
 - etapy prezentacji
 - Cecha Zaleta Korzyść
 - **Ćwiczenie** Podaj produkty/usługi waszej oferty. Uzupełnij tabelę.
 - Segmenty nabywców
 - **Rozmowa z klientem – odgrywanie ról – 2 scenki (1, 2)**
6. obiekcje, zarzuty klientów
- co to są zastrzeżenia?
 - metody radzenia sobie z zastrzeżeniami,
 - metody radzenia sobie z reklamacjami,
 - metody radzenia sobie z agresywnym klientem
7. psychologiczne aspekty technik sprzedaży
- wywieranie wpływu a manipulacja
 - reguły/zasady wywierania wpływu
 - sytuacje manipulacyjne
8. sposoby finalizowania sprzedaży
- sygnały zakupu
 - jak zamknąć sprzedaż?
 - **Rysowanie – ćwiczenie**
 - **Rozmowa z klientem – odgrywanie ról – 2 scenki (3, 4)**
9. metody łagodzenia dysonansu pozakupowego
- sześć metod
 - zmniejszanie ryzyka powstania dysonansu
10. zasady rozmów z trudnymi klientami
- klienci nie lubią...
 - jak radzić sobie w trudnych sytuacjach?
 - Typy trudnych klientów
 - **Rozmowa z klientem – odgrywanie ról – 2 scenki (5, 6)**
11. materiały promocyjne wykorzystywane w czasie sprzedaży
- model podejmowania decyzji w oparciu o promocję
12. nawyki związane z rozwojem osobowym
- wyrabianie i utrzymanie nawyków

- przygotowanie na cios, odpowiednie nastawienie
 - inne cechy sprzedawcy
13. zasady pracy w zespole
 - szklanka - ćwiczenie
 14. 10 rad skutecznego sprzedawcy

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. 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 do 12 osób

Miejsce:

Pomieszczenie – sala wyznaczona przez zlecającego

Termin szkolenia:

Do ustalenia

Czas trwania szkolenia:

Łączna liczba dni: 2 lub 3

Łączna liczba godzin: 16 lub 24

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 – nagrywanie i odtwarzanie z komentarzami, drukowane materiały dla uczestników, długopisy, pisaki do ćwiczeń dla uczestników.