

Proces i techniki sprzedaży

pełen program szkoleniowy z maksymalnym udziałem ćwiczeń
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

- **Ćwiczenie** – rozgrzewka – przedstaw się – drzewo oczekiwań
- Omówienie treści dwóch dni
- Kim jest klient?
 - Ćwiczenie** Zachowania pracowników działu obsługi klienta / sprzedawców 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
 - aktywne słuchanie, aktywna rozmowa
 - **Ćwiczenie** Ustalcie ranking 5 najważniejszych punktów aktywnej rozmowy
- 4. komunikacja sprzedawcy z klientem
 - **głuchy telefon - ćwiczenie**
 - obsługa to...
 - skuteczne komunikowanie werbalne i pozawerbalne
 - Ćwiczenie komunikacja x 2**
 - Praca indywidualna. Uzupełnij zdania:

O skuteczności we współczesnym biznesie w % decyduje wiedza techniczna, a w % umiejętność komunikowania się.

Tylko % procesu porozumiewania się przebiega za pomocą słów.

Dalsze % to sposób wymawiania słów – ton, tempo mówienia, siła i barwa głosu.

Niemal % informacji dociera do nas poprzez język ciała.

- **Ćwiczenie** w podgrupach. Zamień pytania zamknięte na pytania otwarte.
- Parafraza
- **Ćwiczenie**. Sparafrazuj zdania, używając zwrotów charakterystycznych dla parafrazy.
- etapy rozmowy
- podświadomość **Ćwiczenie** Ile % działań ludzi to procesy świadome? Ile % działań ludzi to procesy nieświadome? Jak myślisz dlaczego, z czego może to wynikać?

5. prezentacja cech i korzyści produktów firmy

- Cecha Zaleta Korzyść
- **Ćwiczenie** Podaj produkty/usługi waszej oferty. Wypełnij tabelę
- **Ćwiczenie** Segmenty nabywców
- **Rozmowa z klientem – odgrywanie ról – 2 scenki (1, 2)**

6. obiekcje, zarzuty klientów

- **Ćwiczenia** 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

- **Ćwiczenie** reguły/zasady wywierania wpływu – które są twoim zdaniem najbardziej uniwersalne, które są najczęściej stosowane? Jak myślisz dlaczego? Praca zbiorowa, dyskusja, wnioski.

- **Ćwiczenie** test umiejętności przewidywania zachowań ludzi w sytuacjach manipulacyjnych
8. sposoby finalizowania sprzedaży
- **Ćwiczenie** Zastanów się jakie sygnały zakupu odbierasz?
 - **Ćwiczenie** Przeczytaj metody zamknięcia sprzedaży. Odpowiedz jak najlepiej zamknąć sprzedaż, którą metodę, metody wybrałbyś? Dlaczego?
 - **Rysowanie – ćwiczenie**
 - **Rozmowa z klientem – odgrywanie ról – 2 scenki (3, 4)**
9. metody łagodzenia dysonansu pozakupowego
- **Ćwiczenie** Co to jest wg ciebie dysonans pozakupowy? sześć metod
 - zmniejszanie ryzyka powstania dysonansu
10. zasady rozmów z trudnymi klientami
- **Ćwiczenie** Czego nie lubią Twoi klienci?
 - klienci nie lubią...
 - **Ćwiczenie** Jak radzić sobie w trudnych sytuacjach?
 - **Ćwiczenie** Przeczytaj treść: Typy trudnych klientów – które spotykasz najczęściej. Praca indywidualna. Ranking trudnych klientów. Dyskusja, wnioski.
 - **Rozmowa z klientem – odgrywanie ról – 2 scenki (5, 6)**
11. materiały promocyjne wykorzystywane w czasie sprzedaży
- model podejmowania decyzji w oparciu o promocję
 - **Ćwiczenie** Zapisz o ile % twoim zdaniem wzrasta sprzedaż dzięki wykorzystaniu materiałów promocyjnych? Dyskusja, wnioski.
12. zasady pracy w zespole
- **szklanka - ćwiczenie**
13. Sesja podsumowująca
- Ćwiczenie** Co od razu wdrażam w swojej pracy?
Co było szczególnie interesujące? Odniesienie do oczekiwań.

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. 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, drukowane materiały dla uczestników, długopisy, przywieszki, pisaki do ćwiczeń dla uczestników.