

# **DOSKONALENIE TECHNIK SKUTECZNEJ SPRZEDAŻY**

-szkolenie dwudniowe

## **CEL SZKOLENIA**

- diagnoza i doskonalenie słabych stron sprzedawcy,
- ukształtowanie zachowań profesjonalnego sprzedawcy,
- przekazanie i ćwiczenie praktycznych narzędzi, metod i sposobów pracy sprzedawcy z Klientem,
- poznanie zagrywek stosowanych przez Klienta

## **UCZESTNICY SZKOLENIA**

Menedżerowie Sprzedaży, Menedżerowie Regionalni Sprzedaży, Key Account Menedżerowie, Przedstawiciele Handlowi, Handlowcy liniowi, personel Działów Sprzedaży, Obsługi Klienta, Realizacji Zamówień, Telemarketingu

## **KORZYŚCI DLA UCZESTNIKÓW SZKOLENIA**

- uporządkowanie i usprawnienie własnej pracy w dziale sprzedaży i w terenie,
- zwiększenie własnej skuteczności dzięki efektowi synergii zespołu sprzedawców,
- umocnienie swojej pozycji jako handlowca i zagwarantowanie sobie długotrwałych relacji z Klientem,
- zyskanie praktycznych narzędzi umożliwiających obronę przed atakami ze strony Klienta,
- wzbogacenie swojego warsztatu o nowe techniki sprzedaży i zabezpieczenie przed zagrywkami Klienta – zmniejszenie podatności handlowca na manipulacje.

## **GŁÓWNE ZAGADNIENIA SZKOLENIA**

### **I. ZARZĄDZANIE RELACJAMI Z KLIENTEM**

- Etapy zarządzania relacjami z Klientem
- Planowanie i przebieg rozmów handlowych
- Co robić, aby rozwijać współpracę handlową i nie tracić Klientów?
- Metody pozyskiwania nowych Klientów (punktów sprzedaży)
- Siła i efektywność promocji w sprzedaży

## II. DOSKONALENIE – TRENING TECHNIK SPRZEDAŻY

- Stanowisko, a interesy klienta – klucz do sprzedaży
- Trening rozpoznawania prawdziwych (dominujących) interesów klienta (metody, techniki, narzędzia)
  - a. Aktywne słuchanie
  - b. Rodzaje pytań w praktyce; pułapki parafrazy w biznesie; trudności w pozyskiwaniu potrzebnych informacji; znaczenie informacji zwrotnej
  - c. Język korzyści na przykładach z różnych branż w oparciu o technikę „Cecha – Zaleta – Korzyść”
  - d. Efekty technik handlowych: „podpuszczanie” i „próbne balony”

## III. TRUDNE SYTUACJE W SPRZEDAŻY

- Radzenie sobie z typowymi zastrzeżeniami Klientów (metody, techniki, narzędzia, trening)
  - e. Gry handlowe
  - f. Zastrzeżenia typu: „inni”, „nie mam czasu”, „interesuje mnie wyłącznie”, „nie jestem zainteresowany”, „ważna jest tylko cena/warunki handlowe” i inne typowe w sprzedaży
  - g. Technika „kanapki”
  - h. Techniki przekonywania Klientów „rekomendacje” i „czarne obrazy”
- Radzenie sobie z trudnymi sytuacjami w sprzedaży i obsłudze Klienta
  - a. Powody zgłaszania obiekcji i zastrzeżeń przez Klientów
  - b. Obiekcje ukryte (kamufaż w sprzedaży)
  - c. Techniki skutecznego odpowiadania na obiekcje Klientów
  - d. Komunikowanie złych wiadomości
  - e. Brak możliwości działania
  - f. Pytania, na które nie możesz/nie jesteś w stanie odpowiedzieć
  - g. Nieuprzejmość, opryskliwość
- Radzenie sobie z trudnymi Klientami w sprzedaży i obsłudze Klienta (wg typologii Klientów: (nie) doświadczony, wszystkowiedzący, gadatliwy, małomówny, niezdecydowany
- Zarządzanie reklamacjami i skargami Klientów w sposób pro-sprzedażowy w oparciu o najskuteczniejsze praktyki w tym zakresie

- Wiedza i zastosowanie technik komunikacyjnych w odniesieniu do rozpoznanego metaprogramu Klienta i sprzedawcy – trening konkretnych algorytmów postępowania

#### **IV. ASERTYWNOŚĆ BIZNESOWA**

- Typy postaw psychologicznych
- Najważniejsze techniki asertywne („zdarta płyta”, „stawianie granic” – trening zachowań)
- Rozpoznawanie ataków agresywnych

#### **V. TAKTYKI SPRZEDAŻOWE**

- Triki i zagrywki handlowców
- Skuteczna obrona przed zagrywkami Klienta

#### **SPOSÓB PROWADZENIA SZKOLENIA**

Szkolenie charakteryzuje się doбором zróżnicowanych metod dydaktyczno — treningowych w celu jak najlepszego przyswojenia wiedzy przez uczestników z przewagą ćwiczeń, pracy zespołowej, eksperymentów i case study. Zarówno treści merytoryczne, jak i metodyka szkolenia są każdorazowo dostosowywane do omawianych zagadnień i problemów.