

Proces sprzedaży

„Nie sądzę, by ktokolwiek urodził się ze smykałką do handlu.
Za to każdy z nas ma szansę zostać tym, kim zechce.”

Frank Bettger

Jeśli jesteś przedstawicielem handlowym, sprzedawcą, konsultantem aktywnie zabiegającym o zainteresowanie klienta swoimi produktem/usługą, to z pewnością nie raz zastanawiałeś się nad tym co możesz jeszcze zrobić, by nie usłyszeć „Nie”, „Nie dziękuję”, „Nie jestem zainteresowany”. Jeśli chcesz wspólnie z nami popracować nad prowadzonym przez Ciebie procesem sprzedaży - to...

TAK! – to szkolenie jest właśnie dla Ciebie.

W czasie dwudniowego warsztatu skupimy się na kluczowych elementach mających wpływ na to czy klient kupi od Ciebie produkt/usługę czy od Twojej konkurencji. Dowiesz się jak zaplanować i poprowadzić efektywne działania sprzedażowe oraz jak poznać rzeczywiste potrzeby klienta. Przećwiczysz odkrywanie sygnałów zakupowych klienta i prezentację produktu/usługi ukierunkowana na jego zainteresowania. Doświadczysz radzenia sobie w rozmowie sprzedażowej z różnym typami klientów i sytuacjami, tak abyś po powrocie ze szkolenia z większą świadomością, pewnością siebie i nowymi pomysłami mógł podjąć nowe działania.

W trakcie szkolenia Uczestnicy:

- Pogłębią wiedzę na temat współczesnych klientów, ich potrzeb i zachowania
- Dokonają analizy swojego stylu sprzedaży, atutów i aspektów zmniejszających skuteczność
- Poszerzą wiedzę na temat procesu sprzedaży i jego elementów
- Przećwiczą odkrywanie potrzeb klienta i prezentowanie swojego produktu/usługi w odpowiedzi na nie
- Przećwiczą zamykanie sprzedaży opartej na sygnałach zakupowych oraz samodzielnie wywołanej
- Doświadczą radzenia sobie z obiekcjami klientów i innymi trudnymi sytuacjami w rozmowie
- Przećwiczą prowadzenie rozmowy sprzedażowej w odniesieniu do różnych typów klienta
- Będą rozwijali swoje umiejętności interpersonalne wspierające sprzedaż produktu/usługi

Zagadnienia:

- Kim jest mój klient – typy klientów i oczekiwania
- Jakich sprzedawców oczekują dzisiejsi klienci?
- analiza swojego stylu sprzedaży, słabych i mocnych stron
- Rola i sposób przygotowania do działań sprzedażowych
- Procesu sprzedaży – jego elementy i specyfika
- Diagnoza potrzeb klienta – jak dotrzeć do rzeczywistych motywów zakupu?
- Zasady i techniki prezentacji produktu/usługi dostosowanej do potrzeb klienta
- Zamknięcie sprzedaży – sygnały zakupu, sposoby zamykania rozmowy
- Obiekcje klientów i inne trudne sytuacje sprzedażowe
- Komunikacja interpersonalna wspierająca proces sprzedaży – mowa ciała, język i styl wypowiedzi, praca głosem

Formy pracy wykorzystywane w czasie szkolenia:

- Praca indywidualna
- Praca zespołowa
- Mini wykłady interaktywne
- Burze mózgów
- Dyskusje
- Prezentacje
- Scenki
- Praca z kamerą

Wsparcie po zakończeniu szkolenia

Po szkoleniu Uczestnicy:

- Otrzymują 3 zadania związane z treściami szkolenia, które są omawiane w trakcie teleklas
- Biorą udział w 3 teleklasach pozwalających na omówienie zadań poszkoleniowych, znalezienie odpowiedzi na pojawiające się pytania oraz na dzielenie się pierwszymi doświadczeniami
- Otrzymują raz na tydzień przez okres dwóch miesięcy wiadomość z pomocnymi wskazówkami
- Chętni Uczestnicy są prowadzeni w sposób coachingowy do uzyskania satysfakcjonujących wyników