

EFEKTYWNA SPRZEDAŻ



Szkolenie

JAK BUDOWAĆ SUKCES W SPRZEDAŻY? czyli sposoby pozyskiwania klienta i budowania długotrwałych relacji handlowych

Adresaci szkolenia:

Osoby zajmujące się sprzedażą, odpowiedzialni za budowanie długotrwałych relacji z klientami, uczestniczący w procesach negocjacyjnych, wszyscy którzy mają coś do zaoferowania, do czegoś przekonują, zachęcają i namawiają.

*„Najpierw ludzie kupują ludzi a potem ich produkty, usługi”
"Celem sprzedaży jest pomoc drugiej osobie”
[Brian Tracy]*

Dlaczego właśnie ten projekt szkoleniowy?

Współczesna rzeczywistość rynkowa cechuje się rosnącą rywalizacją firm i organizacji o utrzymanie obecnych i zdobywanie nowych klientów. Obecnie przed sprzedawcami, doradcami stoi wielkie wyzwanie – pozyskać i budować długotrwałe więzi z klientami. Poza tym osoby zajmujące się sprzedażą stanowią „wizytówkę” firmy, więc mają ogromny wpływ w budowaniu marki, prestiżu swojej organizacji. Jednak nie ma obecnie przedsięwzięć gospodarczych, jak i społecznych, które nie wymagałyby negocjacji. Negocjacje to psychologiczna gra, gdzie każdy ruch podczas „partii gry” wywołuje określony ruch drugiej strony. Dlatego warto zgłębiać prawa sztuki perswazji, czy też zasady wynikające z procesowego podejścia do sprzedaży.

I. Cel i korzyści z udziału w warsztatach.

W trakcie warsztatów uczestnicy dowiedzą się jak zmieniając swoje zachowania, nawyki, pracując nad swoją autoprezentacją być bardziej efektywnym i wydajnym w swojej codziennej pracy i w życiu osobistym, jak stawać się handlowcem doskonałym, zyskać przychylność klientów, partnerów handlowych. Zbudują w sobie postawę pewności siebie i entuzjazmu.

Korzyści ze szkolenia:

- Uświadomienie osobom uczestniczącym w procesie sprzedaży, że ważniejsze jest „jak?” a nie „co?” robić.
- Nabranie pewności w relacjach z klientem, kontrahentem wieloformatowym (Market, Hurtownie).
- Pokazanie ścieżek skutecznego działania i poznanie najistotniejszych czynników decydujących o sukcesie w procesie sprzedaży.
- Nabycie skutecznych i etycznych metod pozyskiwania i utrzymania klientów.
- Poznanie własnych zasobów i predyspozycji negocjacyjnych oraz rozwój umiejętności negocjacyjnych poprzez zastosowanie praw perswazji.
- Przypomnienie i przećwiczenie narzędzi komunikacji z klientem.
- Poznanie i umiejętne zastosowanie metod skutecznego uchylania zastrzeżeń klientów.
- Nabycie umiejętności autoprezentacji i budowania pozytywnego wizerunku własnej osoby jak i firmy, którą reprezentujemy.
- Stanie się efektywniejszym, skuteczniejszym poprzez lepszą samo-motywację i samo-kontrolę.

II. Program szkolenia

1. Budowanie postawy skutecznego handlowca-sprzedawcy

Spojrzyj na siebie pod kątem kluczowych cech skutecznego handlowca-sprzedawcy. Będziesz w stanie ocenić swój poziom określonych kompetencji sprzedażowych, jak również poznasz narzędzia związane z rozwojem cech efektywnego sprzedawcy.

- Jak być proaktywnym - inteligencja emocjonalna w sprzedaży.
- Zanim zadzwonisz do klienta przygotuj się.
- Najistotniejsze podczas rozmowy handlowej „SZOK” – Sugeruj, Zainteresuj, Otwórz klienta,

Kontroluj - a nie sprzedawaj!

- Budowanie zaufania – kluczowy element w otwarciu rozmowy handlowej.
- Techniki ingracjacji i polaryzowanie klienta.

2. Techniki wpływu na decyzje klienta

Poznasz różne techniki wywierania wpływu na klienta. Nauczysz się także rozpoznawać poszczególne techniki oraz przeciwczysz sposoby odpowiedniego na nie reagowania. Nauczysz się znajdować, to co ważne dla klienta.

- „Koło sprzedażowe” - etapy w procesie sprzedaży.
- Ty prowadzisz! - „wyższa szkoła jazdy”, czyli skuteczne prawa perswazji w sprzedaży.
- Na ile istotne podczas sprzedaży Cecha - Funkcja - Korzyść.
- Technika ZPU: Znajdź - Pokaż - Utrzymaj wartość dodaną dla klienta.
- Nowoczesny format sprzedaży AIDA: Awareness – świadomość, Interest - zainteresowanie, Desire - pragnienie, Action - działanie).
- Zadawaj właściwe pytania – metoda SPIN (Sytuacja, Problem, Implikacja, Niezbędny zysk (Situation, Problem, Implication, Need Payoff)).
- Dla zaawansowanych technika „odwracania” oraz metoda „3xP” w sprzedaży (wg D.Sandlera).

3. Efektywne prezentowanie oferty handlowej

W praktyczny sposób będziesz umiał zaprezentować swoją ofertę handlową. Głównym celem tego modułu będzie przygotowanie takiej prezentacji oferty handlowej, która maksymalizuje efekt sprzedażowy poprzez dostosowanie do potrzeb i oczekiwań klienta ... „mów to, co klient chciałby usłyszeć, a nie to, co ty chcesz powiedzieć”

- Metody sondowania potrzeb klienta.
- Klient i “koń trojański” czyli parafraza, emocje, strach, sugestie ...
- Zdobywaj przychylność klientów i rób to z klasą - jak budować przewagę konkurencyjną,
- Zweryfikuj swoją ofertę i zaprezentuj ją zanurzając w korzyściach.
- Sprzedajesz, czy powodujesz że klient kupuje?

4. Powody, dla których klienci nie kupują

Czy masz czasem uczucie, że możesz osiągnąć więcej niż do tej pory? Że możesz lepiej wykorzystać swoje talenty? Że nie wszystko układa się tak, jakbyś tego chciał/a? Co robić gdy klient mówi „nie”? Jak reagować? Jak nie powielać błędów i nie postępować jak większość handlowców? W tym bloku znajdziesz odpowiedzi na te i inne pytania.

- Gdy klient mówi „nie teraz, nie mam potrzeby, nie mam zaufania, za wysoka cena” - umiejętność rozwiania wątpliwości.
- Argumentacja tzn. jak bronić swojej ceny?
- Mapa ustępstw i sposoby ustępowania.
- Zaczynaj sprzedawać coś więcej niż swoje produkty/usługi.
- Ciemna strona 80% sprzedawców.

5. Sposoby utrzymania pozycji rynkowej:

Wspólnie wypracujemy metody, które pomogą w budowaniu długotrwałych relacji z dotychczasowymi klientami i pomogą w pozyskaniu kolejnych. Czy „dziś łatwiej znaleźć nowego klienta, czy utrzymać dotychczasowego”.

- Obsługa posprzedażowa – o czym pamiętają, a o czym zapominają handlowcy.

- Zły nawyk: „sprzedać-zapomnieć”.
- Jak często i w jaki sposób przypominasz się swoim klientom?
- Klienci bardzo strategiczni i ... strategiczni – podział, klasyfikacja, obsługa.
- Niekonwencjonalne sposoby budowania więzi z klientami.

6. Skuteczny negocjator:

Dzień w dzień coś negocjujemy. Obecnie podczas negocjacji liczą się nie tyle ustępstwa, co sam sposób ustępowania. Podczas warsztatu przekonamy się, iż „w biznesie nie otrzymujesz tego, na co zasługujesz tylko to, co wynegocjujesz!”

- Istota przygotowania do negocjacji: na co warto zwrócić uwagę, co jest najważniejsze, co nas gubi?
- Budowanie przewagi rynkowej - BATNA negocjacyjna i jej wykorzystanie w praktyce.
- Dobór technik perswazyjnych i metod wywierania wpływu adekwatnych do osobowości i obranej strategii przez partnera.
- Twardy i miękki styl negocjowania (korzyści i straty).
- Obustronne korzyści jako podstawowa strategia wywierania wpływu i budowanie wiarygodności.

7. Komunikat otwarty i nieco savoir-vivre'u w procesie sprzedaży:

Znajomość zasad komunikowania interpersonalnego jest zjawiskiem bardzo ważnym podczas kontaktów międzyludzkich. Każdego dnia mamy do czynienia z innymi ludźmi, rozmawiamy ze sobą, wymieniamy uściski, wzajemnie na siebie oddziałujemy. Powinniśmy brać to pod uwagę i pamiętać, że na nasze zachowanie wpływa obecność innych ludzi, albo przez to, że biorą oni w tym zachowaniu udział, albo, że są tego zachowania świadkiem.

- Komunikacja werbalna.
- Komunikacja niewerbalna - jak „czytać” mowę ciała.
- Rola asertywności w efektywnej komunikacji:

III. Trener prowadzący szkolenie



Marek Pietkiewicz - jest trenerem z zakresu zarządzania dla średniej i wyższej kadry kierowniczej. Ma wykształcenie ekonomiczne i pedagogiczne. Posiada duże doświadczenie w zarządzaniu licznymi zespołami pracowniczymi – zajmował stanowiska dyrektora ds. handlowych i marketingu w średnich i dużych firmach sektora usługowo-finansowego. Jest członkiem rady nadzorczej spółki akcyjnej oraz doradcą w jednostkach administracji publicznej.

Specjalizuje się w szeroko pojętym audycie personalnym oraz zarządzaniu zasobami ludzkimi ZZL m.in. zarządzaniu przez cele, zarządzaniu czynnościami i miejscem pracy, delegowaniu zadań, motywowaniu zespołów pracowniczych, assessment center, rekrutacji i selekcji, ocenie pracownika, opisach i wartościowaniu stanowisk pracy. Zajmuje się zagadnieniami dotyczącymi umiejętności budowania autorytetu, komunikacji interpersonalnej, budowania wizerunku (PR), wystąpień publicznych, protokołu dyplomatycznego a także radzenia sobie w trudnych sytuacjach oraz radzeniu sobie ze stresem i wypaleniem zawodowym. Jest specjalistą od technik sprzedaży i negocjacji. Posiadam uprawnienia audytora SZJ wg norm ISO 9001.

IV. Miejsce i terminy realizacji szkolenia

Szkolenie realizowane będzie w salach dydaktycznych Wyższej Szkoły Zarządzania EDUKACJA, ul. Krakowska 56-62; 50-425 Wrocław.

TERMIN SZKOLENIA:

- 29-30 stycznia 2020 r.
- 08-09 października 2020 r.

Szkolenie obejmuje **14 godzin** dydaktycznych (1 godzina dydaktyczna = 45 minut) i realizowane jest w godzinach od 9⁰⁰ do 15¹⁵. W trakcie zajęć przewidziana jest pół godzinna przerwa na lunch.

V. Wycena inwestycji szkoleniowej

Koszt udziału w kursie wynosi **1090,00 PLN** + 23% VAT (słownie: jeden tysiąc dziewięćdziesiąt złotych + 23 % VAT).

Koszt ten obejmuje:

- udział w 14 godzinnych zajęciach,
- profesjonalne materiały szkoleniowe,
- całodzienny serwis kawowy,
- obiad,
- zaświadczenie o ukończeniu kursu.

VI. Kontakt w sprawie szkolenia:

W przypadku pytań prosimy o kontakt z nami:

Tadeusz Plewa

APM

tel.: +48 531 972 279

e-mail: szkolenia@apm.wroclaw.pl

www.apm.wroclaw.pl

Podmiotem prawnym składającym niniejszą ofertę jest firma: APM Przemysław Plewa, ul. Boczna 6, 55-003 Nadolice Wielkie. Firma jest wpisana do Ewidencji Działalności Gospodarczej, REGON: 932213013, NIP: 897-158-40-48

VII. O nas

Firma APM powstała w 2009 roku i jest odpowiedzią na coraz większe zapotrzebowanie rynku na outsourcing usług IT oraz na praktyczną wiedzę związaną z wykorzystywaniem programów komputerowych w działalności



firm, głównie Excela, PowerPointa i MS Project. Od dłuższego czasu realizujemy także szkolenia z zakresu produkcji i optymalizacji procesów produkcji, logistycznych i jakościowych a także zarządzania, HR i handlu.

Specjalizujemy się w budowaniu zindywidualizowanych projektów szkoleniowych dostosowanych do potrzeb Klientów. Nasz szkolenia i warsztaty opieramy na rozpoznanym zapotrzebowaniu firm. Ważnym aspektem jest dobór trenerów, którzy posiadają wieloletnie doświadczenie praktyczne w zarządzaniu określonym obszarem działalności firmy. Oferowane szkolenia i treningi rozwijają praktyczne umiejętności poprzez stosowanie aktywnych metod szkolenia.