

АКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ 2020. ФИЛИГРАННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Для кого

- Для торговых представителей, менеджеров по продажам, менеджеров по работе с ключевыми клиентами, агентов
- Для предпринимателей, руководителей отделов и коммерческих директоров, которые сами ведут переговоры с клиентами

Основные характеристики тренинга

- 35 % тренинга – это теория, 65 % - практические упражнения, тем самым обеспечивается активность и максимальное вовлечение участников
- Примеры на тренинге приводятся, учитывая вашу специфику продаж и продуктов участников тренинга
- Позитивный настрой тренера и развитие установки на положительные профессиональные изменения участников
- Безусловное уважение и принятие каждого участника, отсутствие критики личности участника, оцениваются слова и действия в конкретной ситуации, обратная связь дается по принципу «сначала плюсы, затем конструктивные рекомендации»
- Тренинг рассматривается как командная работа и интенсивный, конструктивный обмен профессиональным опытом

На тренинге применяются следующие формы работы с группой

- Показательные эксперименты, коммуникативные и мыслительные задачи
- Групповые дискуссии, мозговой штурм и другие способы группового принятия решений
- Написание сценариев, презентация проектов
- Ролевые игры и деловые игры
- Обратная связь каждому участнику тренинга от тренера и других участников, видеозапись с обратной связью

Философия продаж. Клиент - ориентированное мышление	<p>Цикл продаж продавцом:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Контакт – Выявление потребностей – Предложение, презентация – Работа с возражениями – Завершение <p>Цикл покупки клиентом:</p> <ul style="list-style-type: none"> – Отсутствие потребности – Осознание потребности – Поиск решения. – Сомнение и отложенное решение – Выбор и принятие решения – Поиск подтверждения правильности решения <ul style="list-style-type: none"> • Роли продавца: «личность», «посредник», «эксперт», «представитель» • Идеальное рабочее место продавца. Что такое продажа? За что клиент отдает свои деньги? Как формировать лояльного клиента? Где происходит первая продажа?
Четыре «П» клиентов	<ul style="list-style-type: none"> • Потенциальные • Постоянные • Потерянные • Переменные
Подготовка к продажам, выбор и реализация стратегии продаж	<ul style="list-style-type: none"> • 7 стратегий переговоров: приспособление, игнорирование, доминирование, манипуляция, соперничество, компромисс, сотрудничество • Стратегии крещендо и диминуэндо, стратегия интриги, пакетная стратегия, стратегия «плохой – хороший полицейский», стратегия «нежелания продавать», эмоционально – позитивная стратегий, стратегия «плюс – минус» и «минус – плюс», стратегия противостояния манипуляции, стратегия предотвращения конфликта

Холодные звонки (для новых клиентов) и холодные письма	<ul style="list-style-type: none"> • Средства вступление в контакт: телефон, мессенджеры (WhatsApp, Viber, Telegram), социальные сети (Facebook, LinkedIn, VK), электронная почта • Преодоление привратника • Установление контакта с ЛПР (лицом, принимающим решение) • Алгоритм AIDA. Мотивация клиента на продолжение разговора или встречу. Методы привлечения внимания и создания первоначального интереса
Установление контакта при личной встрече	<ul style="list-style-type: none"> • Создание первого впечатления. Фразы, вовлекающие клиента в разговор • Создание комфортной для клиента психологической дистанции • Невербальное поведение: поза, жесты, мимика, движения
Ориентация в клиенте (новые клиенты и постоянные клиенты)	<ul style="list-style-type: none"> • Выявление потребностей, желаний, опасений и интересов клиента. • 13 типов вопросов, которые приводят к сделке. • Методы активного слушания и контролируемого диалога. • Типы клиентов и работа с ними
Правила предложения и аргументации (новые и действующие клиенты)	<ul style="list-style-type: none"> • Позиционирование – выделение отличительных устойчивых преимуществ по отношению к конкурентам в глазах клиентов • Технологии аргументации и другие способы оказания влияния • Проведение эффективной презентации. 5 «С» презентации – содержание, структура, стиль, сопровождение, сложные ситуации
Работа с возражениями клиента (новые и постоянные клиенты)	<ul style="list-style-type: none"> • Алгоритм обработки возражений • Ложные и истинные возражения. Методы выявления истинных возражений <p>Формы обработки возражений</p> <ul style="list-style-type: none"> – Эмоциональная обработка – Логическая обработка (метод трех причин) – Примеры, авторитеты – Аналогии, метафоры, иносказания – Поговорки, пословицы, цитаты, афоризмы – Сдвиг во времени: сдвиг в прошлое, сдвиг в будущее – Игровые провокации – Метод бумеранга – Метод норм – Смена роли
Переговоры о цене	<ul style="list-style-type: none"> • Принципы, алгоритмы, технологии (новые и действующие клиенты)
Побуждение клиента к принятию решения (новые и постоянные клиенты)	<ul style="list-style-type: none"> • Факторы, побуждающие клиентов принимать решения • Методы закрытия сделки и побуждения к принятию решения
Поддержание отношений с клиентом и тайм-менеджмент (постоянные клиенты)	<ul style="list-style-type: none"> • Поводы для дополнительных контактов • Формальные и неформальные отношения • Дополнительные продажи • Правила управления временем
Филигранные технологии оказания влияния (новые и действующие клиенты)	<p>Влияние через потребности и ценности клиента</p> <ul style="list-style-type: none"> – Потребности личности – Потребности должности – Потребности бизнеса <ul style="list-style-type: none"> • Использование фигур речи в переговорах и продажах: анафора, кольцо, стык, хиазм и другие • 33 тактических метода оказания влияния: «запретный плод», эмоциональное заражение, «взгляд мудреца», расширение и сужение смысла, подчеркивание выгод, «заверение в свободе выбора», «игра на отрицании» и другие

Результаты:

- ✓ Увеличение потока новых клиентов
- ✓ Увеличение конверсии продаж
- ✓ Увеличение средней суммы продаж
- ✓ Расширение повторных продаж
- ✓ Приобретение новых и оттачивание имеющихся навыков продаж и переговоров
- ✓ Активизация и повышение мотивации

*Программа тренинга носит предварительный характер и будет скорректирована с учётом пожеланий заказчика.