

АКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ

Для кого:

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

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 продукта
- 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	<ul style="list-style-type: none"> • Цикл продаж продавцом: контакт, выявление потребностей, предложение, презентация, работа с возражениями, завершение • Цикл покупки клиентом: отсутствие потребности, осознание потребности, поиск, сомнение, выбор, принятие решения, поиск подтверждения правильности решения • Роли продавца: «личность», «посредник», «эксперт», «представитель» • Ролевое управление клиентом • Идеальное рабочее место продавца. Что такое продажа? За что клиент отдает свои деньги? Как формировать лояльного клиента?
Четыре «П» клиентов	Потенциальные, Постоянные, Потерянные, Переменные
Подготовка к продажам	Выбор стратегии продаж
Холодные звонки (для новых клиентов)	<ul style="list-style-type: none"> • Преодоление привратника • Установление контакта с ЛПР (лицом, принимающим решение) • Алгоритм AIDA: Внимание – Интерес - Желание – Действие • Технологии «холодных» контактов. Мотивация клиента на встречу Методы привлечения внимания и создания первоначального интереса
Установление контакта при личной встрече	<ul style="list-style-type: none"> • Создание первого впечатления • Создание комфортной для клиента психологической дистанции • Невербальное поведение: поза, жесты, мимика, движения
Ориентация в клиенте (новые клиенты и действующие клиенты)	<ul style="list-style-type: none"> • Выявление потребностей, желаний, опасений и интересов клиента • Потребности человека, потребности должности, потребности бизнеса • Особенности корпоративного клиента – роли клиента: принимающий решение, инициатор, влиятельное лицо, покупатель, пользователь, привратник • 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 действующие клиенты)	<ul style="list-style-type: none">• Алгоритм обработки возражений• Ложные и истинные возражения. Методы выявления истинных возражений• Формы обработки возражений: 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 действующие клиенты)	<ul style="list-style-type: none">• Факторы, побуждающие клиентов принимать решения.• Методы закрытия сделки и побуждения к принятию решения.
Работа с просроченной дебиторской задолженностью	<ul style="list-style-type: none">• Поводы для дополнительных контактов.• Формальные и неформальные отношения.• Дополнительные продажи.• Правила управления временем.

Результаты:

- ✓ Приобретение новых и оттачивание имеющихся навыков продаж и переговоров
- ✓ Увеличение количества успешных контактов с клиентами
- ✓ Увеличение объема продаж
- ✓ Активизация и повышение мотивации и лояльности сотрудников
- ✓ Усиление командного взаимодействия

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