

ВХОДЯЩИЕ ПРОДАЖИ

Цель: повысить у сотрудников уровень навыков входящих продаж с целью увеличения конверсии

Для кого: для сотрудников подразделений продаж

Продолжительность: 16 часов (2 дня по 8 часов)

| | |
|--|---|
| Введение в тему | <ul style="list-style-type: none">• Актуализация темы тренинга и проблематизация уровня навыков входящих продаж сотрудников• ВОРОНКА ПРОДАЖ как инструмент анализа и планирования сотрудником собственной деятельности• Современный подход к общению с клиентами. Роль и эффективное позиционирование менеджера компании |
| Управление разговором | <ul style="list-style-type: none">• Специфика входящей телефонной коммуникации. Этапы разговора и важность соблюдения их последовательности• Принцип управления разговором с клиентом с помощью вопросов• Техника перехвата инициативы в работе со сложными клиентами и «нежелательными» вопросами |
| Эффективный алгоритм звонка | <ul style="list-style-type: none">• Установление контакта с клиентом. Способы утепления диалога и подстройки под собеседника• Выявление потребностей, пожеланий и мотивов клиента при выборе наилучшего варианта объекта• Продающая телефонная презентация предлагаемого решения. Метод структурирования презентации PUMA (Д. Роэм)• «Безопасное» побуждение клиента к принятию решения о встрече/сделке• Эффективная работа с сомнениями и возражениями клиента. Методы, которые поддерживают партнерские отношения• Фиксация договоренностей и прощание с клиентом |
| Закрепление и отработка навыков совершения звонка | <ul style="list-style-type: none">• Анализ звуковых файлов разговоров сотрудников с клиентами• Заполнение чек-листа и разбор в команде с тренером• Отработка алгоритма разговора и пройденных инструментов в диалоге с тренером• Принятие звонков от реальных клиентов (при наличии такой возможности). Разбор каждого разговора |

Результат:

- ✓ Участники понимают особенности позиционирования менеджера компании
- ✓ Осознают необходимость повышения показателей продаж при одновременном сохранении высокого уровня сервиса
- ✓ Участники умеют управлять разговором, берут инициативу в свои руки, владеют методом перехвата инициативы в случае, когда клиент направляет разговор в «нежелательное» русло
- ✓ Участники понимают важность соблюдения этапов разговора и умеют их качественно проводить

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