

Продажа как бизнес-процесс

Цели тренинга: сформировать системное представление участников тренинга о продаже как о бизнес-процессе. Мотивировать команду участников к достижению общего результата организации.

Задачи тренинга:

- Провести диагностику рынка, конкурентов, организации на предмет выявления сильных и слабых сторон.
- Отработать навык построения карты бизнес-процесса организации.
- Отработать навыки: постановки цели, ранжирования задач по принципу «важность-срочность», разработки самопрезентации, самоанализа, самоконтроля.
- Провести диагностику технологии продаж на предмет использования и оценки эффективности инструментов на каждом уровне. Рассмотреть типичные ловушки профессиональных продавцов (в т.ч. в активных продажах, продажах по телефону, при допродаже).
- Отработать навыки диагностики клиентов, определения их ценностей и потребностей.
- Совершенствовать навыки проведения персональных переговоров с различными типами клиентов с использованием классической технологии продаж.
- Определить показатели и правила работы с дебиторской задолженностью клиентов. Отработать приемы манипулирования в работе с дебиторами. Отработать навык жестких переговоров с дебиторами.
- С помощью ролевых игр закрепить полученные знания и мотивировать участников на использование их в своей повседневной деятельности.

Содержание программы тренинга:

Особенности внешней и внутренней среды организации:

- Внутренняя среда: взаимоотношения, мотивация, цели и задачи.
- Внешняя среда: конкуренты, клиенты, характеристики рынка

Формирование установок для менеджеров продаж:

- Критерии самопозиционирования менеджера, имидж, внешний вид. Усиление позиции в переговорах с клиентом: поза, жесты, интонация голоса. SWOT-самоанализ.
- Позиционирование организации и ее продукции.
- Метод экспресс - оценки информации о деловом партнере.
- Практика определения потребностей различных типов клиентов на этапе планирования переговоров. Прогнозы развития отношений с клиентами на этапе подготовки (в т.ч. – профилактика дебиторской задолженности).
- Манипулирование клиентом: типичные ловушки манипуляторов: мониторинг эмоций, психологическая самооборона. Определение правил работы с дебиторской задолженностью. Методы давления и психологического прессинга. Противодействие приемам манипулирования в работе с дебиторской задолженностью.

Сегментация клиентов и определение стратегии взаимодействия с различными типами клиентов

- Определение параметров клиентских групп (А,В,С), классификация: «прямые», «косвенные клиенты», блиц-SWOT-анализ компании и конкурентов (определение сильных, слабых сторон, возможностей и угроз внешней среды).
- Выявление ценностей сегментных групп по принципу «клиент – ценность – конкурентное преимущество – контакт (форма)».
- Выработка стратегий взаимодействия с различными типами клиентов: «раздраженный», «лояльный», «высокомерный», «конкретный», «усталый».
- Профилактика конфликтов. Типы конфликтов. Стратегии взаимодействия в конфликтных ситуациях.

Диагностика использования технологии продаж. Технология эффективных продаж и типичные ошибки профессиональных продавцов.

- Техники установления контакта с клиентом (использование имени, техника комплиментов и др.). Рассмотрение ловушки «самоуверенность».
- Техники определения потребностей клиента, приёмы сбора информации (отработка навыков управления и контроля беседы, навыков активного слушания, приемов конструирования вопросов). Рассмотрение ловушки «Аналогия».
- Техника эффективной и эффектной презентация: (отработка навыка Пять «С» презентации: структура, содержание, стиль, ситуативное управление, сопровождение. Расстановка ключевых аргументов. Структурирование аргументов в презентации. Золотое правило «Трёх повторений», девять методов взаимосвязи аргументов при построении презентации. Рассмотрение ловушек «Потеря внимания», «Отсутствие структуры презентации», «Перегруз информационных блоков».
- Методы работы с сомнениями и возражениями клиента (работа с сопротивлением клиента, выявление истинности или ложности возражения, отработка техники обработки возражений «Допустим», отработка навыков аргументации «Техника Сократа», техника «Да, но», отработка приемов предотвращения конфликтных ситуаций). Переговоры о цене: четыре правила переговоров о цене, метод «цена-ценность», правило «Сэндвича», техника «Да, но», метод «Крещендо». Рассмотрение ловушки «Обработка ложного возражения».
- Завершение сделки и повторные контакты (способы выхода из контакта, стимулирование клиента на дальнейшие контакты, установка «Якоря», формирование лояльности со стороны клиента, разработка поводов повторных контактов с клиентами). Рассмотрение ловушки «Надоел, отстань».

Развитие долгосрочных отношений с клиентом: Выявление новых потребностей клиента. Стратегии развития отношений с клиентами. Инструменты лояльности.

Форма работы:

Интенсивное обучение, основанное на опыте, предусматривающее индивидуальный подход к каждому участнику. Включает мини - лекции, решение практических задач, ролевые и ситуационные игры, дискуссии. Каждый участник получает набор методических материалов.

Продолжительность программы: 20 академических часов