

SALES UP! ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТЫ МЕНЕДЖЕРА ОПТОВЫХ ПРОДАЖ

Цель тренинга:

Сформировать систему практических навыков, позволяющих **расширять рынок в высококонкурентной среде**. Планирование работ, мотивация, самоорганизация, мастерство в переговорах – **ключевые зоны роста** в данном тренинге.

Дополнительные задачи тренинга:

Научиться управлению собственной результативностью, увидеть новые рынки (участие в госзакупках и работа с бюджетными организациями), найти новые ресурсы в себе!

План работы:

1. Проблемное поле менеджера оптовых продаж. Блиц-сессия.

2. Самоорганизация менеджера оптовых продаж: инструменты и техники

- Правила организации ежедневной работы менеджера оптовых продаж. Установление приоритетности в делах.
- Решение сложных, многоэтапных задач в продажах.
- Диагностика своих поглотителей времени и их устранение.
- Важнейшие законы самомотивации в продажах: как правильно и эффективно выстроить свою работу в течение дня.
 - Промежуточная рабочая группа по планированию работы и расстановке приоритетов. Реальные кейсы участников.

3. Управление личными продажами. Ловушки этапов продаж.

- Циклы жизни клиентов. Циклы жизни продуктов.
- Воронка продаж. Аналитика БД.
- Измеряемые результаты в продажах.
- Сегментация клиентов. Определение ценностей сегментных групп. Выработка тактик взаимодействия с различными типами клиентов по ценностям, позиции и настроению.

4. Этапы активных продаж и типичные ошибки менеджеров:

- Контакт с клиентом и ошибки первого, второго и последующих контактов. Алгоритм установления контакта: «по телефону», «у клиента».
- Беседа с клиентом. Выявление потребностей с использованием техник «воронка вопросов», «СПИН». Ситуации, в которых работает (и не работает) техника СПИН. Как понять, сколько времени клиент может уделить вам на беседу?

- Информирование клиента. Алгоритм построения презентации. Добавим ярких красок в презентацию!
- Работа с сопротивлениями клиента: построение универсального алгоритма работы с возражениями. Набор инструментов для обработки возражений. Переговоры о цене: правила и техники ценовой аргументации.
- Завершение контакта и ошибка «Недожал» + «контрольный аргумент» и «зерно сомнения».
- Подведение итогов и анализ работы с клиентом: оценка своей работы, оценка ошибок, фиксация результатов.
- Повторные контакты с клиентами. Разработка банка поводов и определение периодичности контактов с клиентами. Допродажа и развитие отношений с клиентом.

5. Постановка посттренинговых целей и задач. Выработка контрольных показателей результативности.

Форма работы: Интенсивное обучение, предусматривающее индивидуальный подход к каждому участнику. Включает мини-лекции, решение практических задач, ролевые и ситуационные игры, дискуссии, анализ ролевых продаж.

Объём программы – 18 академических часов.