

Профессиональные продажи

В ситуации, когда сотрудникам компании необходимо перестраивать свою работу с пассивного режима продаж клиентам, на более активное взаимодействие (анализ возможностей, холодные звонки, увеличение объема продаж), нужна поддержка в виде тренинга продвинутого уровня «Профессиональные продажи».

Этот тренинг позволит проанализировать уже имеющиеся у сотрудников навыки ведения переговоров в продажах, наметить в них необходимые изменения и стать более уверенными специалистами в области активных продаж, получив необходимую для этого информацию и опробовав ее на практике.

Цель тренинга: Тренинг направлен на решение основных задач специалистов по продажам, начиная с этапа поиска клиента, работы с клиентской базой, затем вступления в контакт с Клиентом и заканчивая подписанием договора и дальнейшим долгим и продуктивным сотрудничеством.

Основные результаты:

- Создание единого понятийного аппарата по теме «Активное отношение к продаже» у участников тренинга
- Разработать новые, нестандартные способы поиска клиентов
- Освоить технологию работы с клиентской базой
- Освоение техник эффективного ведения переговоров по активным продажам
- Отработка навыков делового общения при исходящих звонках и активных продажах
- Повышение результативности переговоров у участников тренинга (в том числе удовлетворенности клиента)
- Получение набора знаний и умений для эффективного ведения продаж:
- Освоение концепции поэтапного созревания Клиента до покупки и механизмах ускорения этого процесса;
- Повышение уровня личных продаж участников тренинга за счет приобретения новых навыков продвижения товаров и услуг
- Обогащение профессионального репертуара менеджеров техниками и приемами продаж, смоделированными с лучших продавцов. Формирование эффективных моделей поведения в сложных и критических ситуациях работы с Клиентом;
- Получение участниками практического опыта использования полученных знаний и умений
- Изучение и отработка особенностей всех видов продаж с разными типами клиентов
- Освоение более эффективных моделей планирования своей деятельности
- Работа с опытом и знаниями участников - с целью их осознания и структурирования для получения возможности наиболее успешного их применения
- Сплочение команды менеджеров, понимание, что они вместе работают на единый результат

Программа тренинга:

1. Стратегия и тактика активной продажи.

- Разбор целей работы менеджера на каждом этапе обслуживания клиента;
- Разбор "ступенек", по которым Клиент движется к принятию решения;
- Разбор теории о психологических составляющих успешной продажи;
- Уверенность в себе - профессиональный ресурс менеджера

Результат - Освоят концепцию о поэтапном созревании Клиента и механизмах ускорения этого процесса (ступеньки продаж);

2. Профессиональный портрет современного менеджера по продажам

- Командное взаимодействие сотрудников для достижения корпоративного успеха (далее, на протяжении всего тренинга)

Результат - Знакомство с современной моделью знаний, умений и навыков, необходимых профессиональному менеджеру по продажам. Самооценка этих качеств у себя.

3. Новые, нестандартные способы поиска клиентов. Технологии работы с клиентской базой и лицами, принимающими решения (влияющими на принятие решений)

- Модеративная сессия по поиску новых способов привлечения и сохранения новых клиентов в компанию.

- Освоение технологии работы с клиентской базой
- Анализ способов выявления лиц, влияющих на принятие решения. Особенности работы с этой целевой группой

Результат - Узнают и отработают эффективные способы поисков клиентов, освою технологию работы с ними

4. Типология клиентов и ее использование в работе:

- Знакомство с психологическими типами клиентов. Формирование навыков работы с основными психологическими типами клиентов
- Экспресс-диагностика. Проведение оперативной оценки типа клиента, целей, настроения и потребностей.
- Ведение эффективного диалога с клиентами с учетом типа клиента. Ожидания и требования клиента к системе обслуживания в компании

Результат - Научатся быстро и эффективно определять тип и обслуживать клиентов, принадлежащих к разным группам, выстраивая долгосрочные отношения;

5. Вступление в контакт

- Отработка приемов вступления в контакт;
- Разбор сложных ситуаций, возникающих на этом этапе:
 - ❖ Клиент не на равных (агрессивный, игнорирующий, заигрывающий);
 - ❖ Клиента нет на месте;
 - ❖ Клиент будет не один на демонстрации;
 - ❖ Клиент сразу просит прайс – лист;
 - ❖ Клиент пользуется конкурентным продуктом;

Результат - Овладеют приемами быстрого вхождения в доверие Клиента; Отработают навыки конструктивного выхода из сложных ситуаций на этапе вступления в контакт:

- ❖ Клиент работает с конкурентным продуктом и доволен им;
- ❖ Клиент агрессивен, безответственен;
- ❖ Клиент абсолютно безразличен к предложению;

6. Диагностика потребностей Клиента

- Дискуссия о важности этапа сбора информации о Клиенте;
- Диагностика потребностей Клиента;
- Методика управления встречей с помощью вопросов;
- Использование собранной на диагностическом этапе информации для последующего убеждения Клиента;
- Обсуждение сложных ситуаций, возможных на этом этапе;
- Отработка навыков этапа диагностики;

Результат - Менеджеры по продажам убедятся в необходимости проведения этапа диагностики; Овладеют навыком управления беседой с помощью вопросов; Освою методику подведения Клиента к осознанию необходимости покупки с помощью вопросов диагностики; Узнают полный перечень потребностей различных типов Клиентов;

7. Презентация

- Исследование всех возможных инструментов, используемых в процессе демонстрации;
- Правила проведения аргументации;
- Эффективные приемы представления предлагаемого продукта; компании и себя
- Упражнение на сбор аргументов в пользу предлагаемого продукта;

Результат - Менеджеры по продажам освою различные инструменты презентации, сформируют банк аргументов в пользу под различные потребности, исходя из информации, собранной на этапе диагностики; Овладеют приемами убеждающего воздействия;

8. Работа с возражениями

- Причины возражений и правила работы с ними;
- Приемы работы с возражениями. Теория и отработка;
- Сбор контраргументов для преодоления типичных возражений по продукту и услугам;
- Работа с трудным и конфликтным клиентом
- Отработка алгоритма работы с возражениями. Отработка основных возражений: "нет денег"; «мы работаем с другим поставщиком», «Нам ничего не надо» и т.д.
- Возражение "дорого" - три подтекста этого возражения и методы работы с каждым;

Результат - Сформируют конструктивную психологическую позицию в отношении возражений Клиента; Изучат и отработают алгоритм работы с возражениями, позволяющий выиграть обеим сторонам; Отработают навыки преодоления сложных возражений, связанных с конкретным продуктом; Освоят алгоритмы преодоления возражений, встречающихся в работе участников тренинга

9. Завершение сделки.

- Психологические барьеры продавца и Клиента на этапе завершения и их преодоление;
- Исследование сигналов готовности Клиента к покупке;
- Методы пробного завершения (отработка);
- Методы "отступления" если Клиент не готов;
- Работа с ценой. Правила сообщения стоимости (отработка);
- Отработка алгоритма преодоления возражения "Надо подумать";

Результат - Преодолеют психологические барьеры, мешающие уверенно себя чувствовать на этапе завершения; Натренируют способность видеть вербальные / невербальные сигналы к завершению в поведении Клиента; Узнают, как облегчить Клиенту процесс принятия окончательного решения, используя приемы пробного завершения; Смогут использовать работу с ценой как средство облегчения и ускорения принятия решения Клиента о покупке; Узнают, как работать с отговоркой «Надо подумать»; и др.

10. Поддержание и развитие дальнейших отношений с клиентами

- Групповая дискуссия на тему: «Поддержание и развитие дальнейших отношений с клиентами»

Результат - Разработают и обсудят систему постпродажного взаимодействия с клиентами компании

11. Поддержание результатов и эффектов тренинга. Обратная связь

- Обсуждается необходимость поддержания результатов после тренинга;
- Составляется список умений, выработанных на тренинге, с опорой на методичку и расставляются приоритеты по развитию навыков;
- Вырабатываются идеи для проведения посттренинговых мероприятий;
- Обсуждаются правила усвоения навыков;

Результат - Убедятся в необходимости поддерживать результаты тренинга после тренинга как самостоятельно, так и в группе; Определят перечень умений, полученных на тренинге; Расставят приоритеты по развитию навыков для последующей отработки в группе; Зафиксируют идеи для посттренинговых мероприятий;

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 тренинга: 20 академических часов.