

TECHNIKI SPRZEDAŻY – LOGIKA ROZMÓW HANDLOWYCH

CZAS TRWANIA SZKOLENIA – 2 DNI (16 godzin szkoleniowych, 1 godzina szkoleniowa = 45 minut)

METODY SZKOLENIA

- wykład interaktywny/ prace grupowe i indywidualne/ dyskusje moderowane/ symulacje/ testy autodiagnostyczne/ testy osobowości/ odgrywanie ról

PROGRAM SZKOLENIA

SKUTECZNA KOMUNIKACJA INTERPERSONALNA W SPRZEDAŻY

- Świadoma budowa wizerunku - Kogo chcę pokazać
- Przełamywanie barier komunikacyjnych i łamanie stereotypowych zachowań
- Strategia oparta na Analizie Obszaru Rozmowy: lub Kosmetyczka – doradcą Klienta

SKUTECZNY NEW BUSINESS

- Strategia poszukiwania nowych Klientów
- Znaczenie aktywności w poszukiwaniu inwestycji i klientów
- „Nie” warunkowe i „nie” rozstrzygające. Kiedy Klient odmawia, a kiedy nie jest przekonany? Jak zmienić „nie” warunkowe na „tak”?

STRUKTURA PREZENTACJI HANDLOWEJ

- Punkt wyjścia: Potrzeba czy produkt?
- Trzy strategie układu treści w komunikacie do Klienta
- Prezentacja metodą P-CKMA (potrzeba – cecha – korzyść – mankament – argument)
- Strategia BBC (3P)
- Spójność i najważniejsze szczegóły decydujące o sukcesie rozmowy sprzedażowej
- Techniki radzenia sobie ze stresem i zarządzania konfliktem
- Dobór postaw prezentacyjnych do sytuacji oraz typu klienta
- Techniki wpływu społecznego podczas wizyty handlowej
- Zasady posługiwania się językiem perswazji i stosowanie słów kluczy
- Tajniki siły perswazji
- Wybrane techniki manipulacji w komunikacji językowej

PRZYGOTOWANIE I WZBOGACENIE PREZENTACJI HANDLOWEJ

- Cztery kluczowe pytania prezentacji
- Zdefiniowanie celu: Informacyjny, perswazyjny czy stymulacyjny?
- Kluczowe informacje o odbiorcach
- Wybór treści: Kluczowe elementy
- Dobór skutecznej argumentacji do typu społecznego odbiorcy
- Techniki wzbogacania prezentacji: Środki retoryczne, wizualizacja, wykorzystanie zmysłów
- Czy trudno Ci mówić językiem słuchacza?
- Sztuka prezentacji handlowej i budowa charyzmy
- Świadomy i nieświadomy poziom autoprezentacji

PREZENTACJA HANDLOWA W PRAKTYCE

- Postawa i komunikacja niewerbalna
- Tempo mówienia, natężenie głosu wykorzystywanie pauz

- Kontakt wzrokowy z audytorium
- Postawa ciała
- Gestykulacja
- Dynamika – ruch
- Zwracanie się do słuchaczy
- Pewność wypowiedzi
- Wygląd i dress code sprzedawcy

NAWIĄZYWANIE KONTAKTU Z KLIENTEM

- Znaczenie pierwszego wrażenia
- Rola indywidualnego podejścia do klienta
- Strategie otwarcia rozmowy i przełamywanie lodów
- Nawiązywanie kontaktu i podtrzymywanie relacji
- Określenie i zrozumienie potrzeb klienta

BUDOWANIE KLIMATU – NAKREŚLENIE SPOSOBÓW BUDOWANIA KLIMATU SRZEDAŻY

KONFLIKT W SPRZEDAŻY JAKO SZANSA NA UZYSKANIE DODATKOWYCH PROFITÓW

- Style rozwiązywania konfliktów – mini wykład i analiza testów uczestników
- Przedstawienie możliwych taktyk działania i komunikowania w sytuacji konfliktu
- Budowanie algorytmów najlepszych rozwiązań dla analizowanych trudnych sytuacji

MAGIA SŁOWA W SPRZEDAŻY

- Jak mówić, by wzbudzić zainteresowanie?
- Jasność, precyzja i płynność wypowiedzi
- Zachowania językowe i figury retoryczne pozwalające na utrwalenie pozytywnego wizerunku
- Porozumienie z odbiorcami - stymulowanie aktywnego odbioru wypowiedzi
- Pytania i odpowiedzi
- Radzenie sobie z trudnymi pytaniami
- Budowanie wizerunku profesjonalisty a odpowiadanie na pytania na które nie znamy odpowiedzi
- Jak reagować na: gafy, wpadki, przejęzyczenia?
- Ćwiczenia bardziej asertywnego stylu wypowiedzi

MAGIA GESTU, CZYLI MOWA CIAŁA W PROCESIE SPRZEDAŻY I NEGOCJACJI

FINALIZACJA ROZMOWY

- Standardowe sposoby finalizacji
- Nieszablonowe strategie finalizacji
- „Nie” warunkowe i „nie” rozstrzygające. Kiedy Klient odmawia, a kiedy nie jest przekonany? Jak zmienić „nie” warunkowe na „tak”?

TYPY KLIENTA – SPOSÓB SKUTECZNEJ OBSŁUGI

- Rozpoznanie charakterystyki klienta
- Dopasowanie stylu do typu klienta
- Wpływ poprzez wartości klienta