












ABC handlowca










Szkolenie zawiera kompendium podstawowej wiedzy z zakresu sprzedaży B2B lub (w zależności od potrzeb klienta) B2C. Przeznaczone jest dla osób rozpoczynających swoją przygodę w handlu oraz mniej doświadczonych handlowców, których efektywność pozostawia wiele do życzenia i niezbędne jest uporządkowanie wiedzy i wzmocnienie poszczególnych umiejętności.

Podczas szkolenia uczestnicy poznają proces sprzedaży, nauczą się planować i przewidywać jego kolejne etapy, kreować i odkrywać potrzeby klienta, komunikować się w języku korzyści a także poznają bazowe techniki perswazji psychologicznej pozwalające na otwarcie i domknięcie sprzedaży oraz zbudowanie długofalowej relacji z klientem.

Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

-  Rozpoczynają swoją przygodę zawodową w branży handlowej.
-  Posiadają doświadczenie handlowe, lecz ich wiedza i umiejętności wymagają uporządkowania i ugruntowania.
-  Sprzedają w sposób intuicyjny, pozbawiony wzorców i fundamentu teorii sprzedaży.
-  Ich efektywność handlowa jest zbyt niska w stosunku do możliwości rynkowych.
-  Nie lubią sprzedawać, a pomimo to muszą odnaleźć się w tej branży.
-  Wskutek niepowodzeń w domykaniu kontraktów, ich motywacja do pracy spadła.
-  Nie wiedzą na czym polega język korzyści, lub nie używają go na co dzień.
-  Mają problem z otwarciem lub domknięciem rozmowy handlowej.
-  Nie potrafią wzbudzać odpowiedniego zainteresowania produktem już na etapie wysyłania oferty i prowadzenia rozmów wstępnych.

Po szkoleniu uczestnicy:

-  Mają większy zapał do aktywnej sprzedaży.
-  Są bardziej skuteczni, udaje im się zamknąć więcej kontraktów.
-  Potrafią dobrać język korzyści do produktu i klienta.
-  Potrafią swobodnie operować pytaniami na etapie badania potrzeb i domykania sprzedaży.
-  Potrafią dopasować podstawowe techniki wywierania wpływu do sytuacji i rodzaju klienta.
-  Budują długofalowe relacje z klientem, nie zadawalają się jednorazowym domknięciem sprzedaży.
-  Znają swoje silne strony i obszary rozwoju w odniesieniu do poszczególnych etapów procesu sprzedaży.
-  Potrafią zainteresować klienta każdym możliwym produktem/usługą.
-  Potrafią, korzystając z języka perswazji, skonstruować skuteczną ofertę pisemną.
-  Są bardziej pewni siebie, posiadają solidne zaplecze z zakresu warsztatu skutecznego handlowca.

Szkolenie kończy się dopasowanymi do realiów pracy uczestników symulacjami rozmowy z klientem, które nagrywane są na video i poddawane dokładnej analizie przez uczestników i trenera. Po szkoleniu każdy z uczestników na życzenie otrzyma bezpłatny dostęp do swojego nagrania, opatrzonego komentarzem trenera.

Inwestycja:

Szkolenie dwudniowe dla grupy 12-osobowej

z success fee: **9.400 PLN netto / 2 dni** (4.700 PLN netto / 1 dzień)

bez success fee: **8.480 PLN netto / 2 dni** (4.240 PLN netto / 1 dzień)



Przy zamówieniu szkolenia prowadzonego wg naszego standardowego scenariusza, na pewno nie zapłacisz za nie więcej, niż podana wyżej cena. **Możliwe jednak, że zapłacisz mniej.** Ewentualne rabaty na to szkolenie uzależnione są od wielkości zamówienia oraz liczebności grupy. Po szczegółową wycenę zapraszamy do kontaktu.

Program szkolenia

Dzień 1

- Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
- Na czym polega język korzyści. Czym jest cecha i zaleta produktu w odniesieniu do korzyści dla klienta.
- Pisanie perswazyjnych ofert – jak dopasować język perswazji do celu, który chcemy osiągnąć i produktu/usługi, który/ą chcemy sprzedać.
- Praca indywidualna – każdy z uczestników przygotowuje perswazyjną ofertę wg przygotowanego wzorca.
- Proces handlowy – etapy, zagrożenia.
- Otwieranie sprzedaży – od rozmowy telefonicznej do podpisania kontraktu. Rodzaje i efektywność pytań otwierających proces sprzedaży.
- Jak poprowadzić rozmowę wstępną, aby zainteresować klienta produktem/usługą i doprowadzić do spotkania.
- Spotkanie handlowe – schemat, zagrożenia, szanse. Jak się przygotować, jak wykorzystać okazję.
- Rozpoznawanie typów klientów i ich potrzeb na podstawie zachowania i zadawanych pytań. Dopasowanie do klienta.
- Podsumowanie pierwszego dnia.

Dzień 2

- Przypomnienie informacji z dnia pierwszego.
- Jak wygląda dobrze przeprowadzona prezentacja handlowa. Na co zwracać uwagę, czego unikać. Jak odczytywać sygnały klientów.
- Budowanie wizerunku handlowca i firmy podczas prezentacji handlowej. *Savoir vivre* oraz elementy budujące prestiż i wzbudzające sympatię klienta.
- Pytania otwarte i zamknięte na etapie rozmowy *face to face* – budowanie zainteresowania.
- Podstawy negocjacji handlowych – na co się godzić, kiedy grać na zwłokę, kiedy kategorycznie odmówić.
- Symulacje rozmów handlowych bazujących na sytuacjach zaczerpniętych z codziennej praktyki zawodowej uczestników. Symulacje są nagrywane na video, następnie odtwarzane i szczegółowo omawiane przez trenera i pozostałych uczestników.
- Podsumowanie szkolenia.

