



АКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ

Цели: сформировать/развить системный подход к продажам на базе активной рабочей позиции; проработать все этапы продаж, освоить способы построения долгосрочных отношений с клиентами.

Целевая аудитория:

Сотрудники отделов продаж и работы с клиентами, работающие с разными типами клиентов.

Формат:

Длительность программы 16 часов (2 дня по 8 часов). Размер группы от 8 до 15 человек.

Алгоритмы, методы и технологии:

SMART, Small talk, техники «Присоединения», «Ведения клиента», виды вопросов, воронка вопросов, активное слушание, парафраз, резюмирование, техника «Свойства – Преимущества – Выгоды», парадигма «Эмоциональная кривая», техника разграничения истинных и ложных возражений

В процессе обучения используются групповые и индивидуальные форматы работы. Задача тренера – вовлечь каждого участника в дискуссии, рефлексии, анализ выполненных упражнений и кейсов (в т. ч. видеоанализ). Все участники получают обратную связь от тренера, имеют возможность в процессе тренинга или по его завершению получить ответы на свои вопросы.

Развиваемые навыки и используемые методы	Результаты
<p>1. Планирование работы по продажам:</p> <ul style="list-style-type: none">Умение ставить цели и планировать содержательную часть визитов к клиентам <p>Методология: SMART Упражнения и кейсы: «Источники информации о клиентах»</p>	<p>Участники: Умеют грамотно ставить цели и проводят информационную, техническую и организационную подготовку к визиту</p>
<p>2. Установление контакта с клиентом:</p> <ul style="list-style-type: none">Холодные звонки и преодоление секретарского барьераУмение вызывать доверие и симпатию клиента при личной встречеУмение создавать позитивную и конструктивную обстановку для переговоров <p>Методология: Small talk, техники «Присоединения», «Ведения клиента» Упражнения и кейсы: «Модель подготовки к разговору»</p>	<p>Участники: Могут устанавливать доверительные отношения с клиентами, создавать продуктивную обстановку для переговоров</p>
<p>3. Выяснение потребностей:</p> <ul style="list-style-type: none">Навыки эффективного слушания в телефонном общении и при личной встречеУмение задавать вопросыТехника прояснения и уточнения потребностей клиента (элементы SPIN) <p>Методология: виды вопросов и воронка вопросов, активное слушание, парафраз, резюмирование Упражнения и кейсы: «Поединок»</p>	<p>Участники: Понимают как задавать вопросы, направленные на выяснение потребностей клиента Владеют алгоритмом выявления скрытых потребностей</p>
<p>4. Презентация продукта/сервиса:</p> <ul style="list-style-type: none">Структурирование информации о продукте/услугеУмение делать презентацию продукта/сервиса на языке выгод для клиентаИспользование ключевых маркетинговых сообщений в презентации <p>Методология: техника «Свойства – Преимущества – Выгоды» Упражнения и кейсы: «Презентация самого любимого и самого нелюбимого продукта»</p>	<p>Участники: Умеют делать презентацию продукта / услуги на основании потребностей клиента, на языке пользы для клиента</p>

<p>5. Работа с возражениями:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Умение работать с эмоциональной составляющей в возражении • Умение работать с содержательной частью возражения • Использование четырехшаговой стратегии в работе с возражениями (выслушать, прояснить, переформулировать возражение в вопрос, ответить в соответствии с типом возражения) <p>Методология: техника разграничения истинных и ложных возражений, парадигма «Эмоциональная кривая»</p> <p>Упражнения и кейсы: «Банк возражений»</p>	<p>Участники:</p> <p>Могут отвечать на все вопросы по продукту и его качеству</p> <p>Знают как консультировать клиента по продукту/услуге</p>
<p>6. Достижение договорённостей:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Фиксирование договорённостей визита • Проведение завершающей части продаж с целью построения долгосрочных отношений с клиентом • Как построить и провести завершающую часть переговоров так, чтобы расширить перспективу работы с клиентом, установить долгосрочные отношения <p>Упражнения и кейсы: «Успешное завершение», «Что дальше?»</p>	<p>Участники:</p> <p>Знают как завершать продажи в нужный момент</p> <p>Умеют предлагать полный ассортимент и договариваться о следующем визите</p>

Программа проведена для Компаний:

