

WARSZTATY 2-dniowe (program w wersji 1-dniowej przesyłamy na życzenie)

I. POWITANIE

II. IDEALNY HANDLOWIEC TO...

III. *„On nie ma pojęcia o czym mówię!”* – CZYLI JAK ROZMAWIAĆ, BY NAS ROZUMIANO?

PODSTAWOWE ZASADY KOMUNIKACJI Z KLIENTAMI

a) *„No przecież tłumaczę Panu, że ...”* – czyli jak mówić spójnie i w sposób przemyślanyb) *„Ta oferta jest znakomita, nasz ostatni Klient był nią zachwycony!”* – czyli dlaczego każdy Klient widzi inaczej.

IV. IDENTYFIKACJA KLIENTA KLUCZEM DO SKUTECZNEJ KOMUNIKACJI

a) *„Jak się z nim dogadać...”* – czyli o tym, że z każdym trzeba rozmawiać inaczej - stosowanie odpowiednich technik komunikacyjnych pod kątem zdiagnozowanych szczególnych cech Klientab) *„Między nami jest chemia...”* – jak sprawić, by Klient czuł, że świetnie się rozumiemy

V. SŁOWA-KLUCZE I SŁOWA-WYTRYCHY. ROLA I ZNACZENIE KOMUNIKACJI WERBALNEJ W RELACJACH Z KLIENTEM

a) *„Dlaczego nie kupił Pan naszego produktu z naszych usług...”* – i dlaczego jest to fatalne pytanie

b) do Klienta, czyli analiza i przykłady zastosowań odpowiednich słów i zwrotów sprzedażowych

c) *„O którym produkcie chce Pan porozmawiać na początku...”* - analiza, przykłady i warsztaty zastosowań odpowiednich presupozycji w procesie sprzedażyVI. *„WI(E)DZIEĆ WIĘCEJ”* CZYLI ROLA I ZNACZENIE KOMUNIKACJI NIEWERBALNEJ W RELACJACH Z KLIENTEM – ANALIZA PRZYKŁADÓW NA PRZYKŁADZIE MATERIAŁÓW FILMOWYCH

VII. 10 DOBRYCH PRAKTYK - ZNACZENIE I ROLA BADANIA POTRZEB KLIENTA W SKUTECZNEJ SPRZEDAŻY

VIII. 4 ZASADY BUDOWANIA DOBRYCH RELACJI Z KLIENTAMI

IX. Z PRAKTYKI HANDLOWCA, CZYLI...

a) *„Dlaczego on się tak czepia...”* - jak odpowiadać na trudne pytaniab) *„Dlaczego on ciągle narzeka na cenę...”* – jak odpowiadać na pytania i zarzuty o cenę

c) „Dlaczego on ma pretensje...” – jak odpowiadać na reklamacje

X. „Czy jestem dobrym handlowcem?” - DIAGNOZA OSOBISTYCH KOMPETENCJI HANDLOWYCH. ĆWICZENIE Z WYKORZYSTANIEM KAMERY VIDEO

XI. PODSUMOWANIE

Opis warsztatów

Grupa docelowa: Warsztaty dedykowane są handlowcom, dla których ważnym czynnikiem osiągnięcia efektywności w sprzedaży jest budowanie długofalowych relacji z Klientami.

Cel szkolenia: Zwiększenie efektywności sprzedaży dzięki nabyciu umiejętności i poszerzeniu kompetencji w zakresach:

1. Budowania trwałych relacji z Klientem, właściwej diagnozy potrzeb, oczekiwań i możliwości Klienta i odpowiedniego pod tym kątem przedstawiania produktu
2. Stosowania etycznych i skutecznych technik sprzedaży
3. Stosowania przemyślanej komunikacji z wykorzystaniem starannie dobranych słów i zwrotów
4. Umiejętności radzenia sobie z trudnymi Klientami i odpowiedziami na trudne pytania

Korzyści dla uczestników: Uczestnicy warsztatów zdobędą kompleksową wiedzę niezbędną do prowadzenia skutecznej sprzedaży i budowy trwałych relacji z Klientami w najważniejszych zakresach:

1. **Uczestnik zrozumie** wagę i znaczenie dla procesu sprzedaży odpowiedniej diagnozy Klienta, poznania jego potrzeb i możliwości zakupowych
2. **Uczestnik doświadczy** skuteczności budowania trwałych relacji z Klientami
3. **Uczestnik pozna** możliwości i różnorodność technik w komunikacji interpersonalnej z Klientem oraz pozna sposoby skutecznego ich wykorzystania
4. **Uczestnik uświadomi sobie** osobiste predyspozycje, mocne strony i zakresy niezbędne do poprawy, aby nieustannie podnosić skuteczność sprzedaży i efektywność własnych działań

Metodologia:

Szkolenie oparte jest o autorski projekt prowadzenia warsztatów, które cechują się dużą intensywnością, interaktywnym charakterem i nieustanną pracą nad zbudowaniem długotrwałej inspiracji do wykorzystywania w życiu zawodowym poznanych na szkoleniu zasad i technik. Zajęcia realizowane są zgodnie z zasadą 80% czasu dla ćwiczeń i doświadczeń, 20% czasu dla teorii.

Podczas warsztatów dominują:

- * **dyskusje i burze mózgów** wywoływane licznymi przykładami, w tym wieloma studiami przypadków z doświadczenia zawodowego trenera prowadzącego warsztaty
- * **ćwiczenia i symulacje** doskonalące umiejętności sprzedażowe, w tym zajęcia z wykorzystaniem kamery video
- * **testy i zadania** pozwalające na zdiagnozowanie osobistych mocnych i słabszych stron.