



Podstawowe techniki sprzedaży

Czy zastanawiałeś się kiedyś nad tym co zrobić, aby zwiększyć swoją sprzedaż? Na pewno tak. A czy próbowałeś postawić się w roli klienta? To teraz zadaj sobie pytanie - w którym momencie znajduje się teraz klient w swoim procesie kupowania? Co mogę zrobić, aby przeszedł on dalej?

Okazuje się, że stosowanie samych tylko technik sprzedaży jest mało skuteczne jeżeli nie spojrzymy na sprzedaż jak na proces kupowania przez klienta. Techniki i sztuczki nie zdobędą lojalnego klienta jeżeli zależy Ci tylko na sprzedaniu a nie odkryciu i zaspokojeniu potrzeb klienta.

Cele szkolenia:

- zapoznanie z podstawowymi pojęciami z zakresu technik sprzedaży
- zrozumienie czym różni się proces sprzedaży od procesu kupowania
- przećwiczenie i zdobycie umiejętności w obszarze:
 - ustalenia indywidualnego procesu sprzedaży
 - kształtowania wizerunku
 - rozpoznawania i diagnozowania potrzeb klienta poprzez komunikację
 - prezentacji oferty poprzez znajomość cech, zalet i korzyści
 - zamykania procesu sprzedaży
 - radzenia sobie z obiekcjami klienta

Aktywizujące metody szkoleniowe:

- Dyskusje moderowane
- Ćwiczenia indywidualne i zespołowe
- Techniki kreatywne
- Scenki i casey
- Testy
- Gry szkoleniowe
- Mini-wykłady

Pomożemy Ci w Twoim Osobistym Rozwoju

PROGRAM

1. Co to jest proces sprzedaży i czy warto go formalizować
2. Kroki i etapy procesu sprzedażowego
3. Jak to jest na prawdę z klientem i jego procesem kupowania
4. Kształtowanie wizerunku w oczach klienta - czy produkt nie jest jednak ważniejszy
5. Co kształtuje nasz wizerunek
6. Elementy wizerunku: komunikacja werbalna i mowa ciała, efekt pierwszego wrażenia, słowa i głos, ciało, postawa i ubiór, cechy inteligencji emocjonalnej, wiedza i doświadczenie
7. Jak postrzegamy i oceniamy nowo poznaną osobę. Badania Mehrabiana
8. Elementy komunikacji werbalnej jako część procesu sprzedaży: bariery komunikacji, aktywne słuchanie, zadawanie pytań
9. Diagnoza - Kto jest moim idealnym klientem
10. Badanie potrzeb klienta: czym jest potrzeba klienta, motywacje do zakupu, jak odkryć potrzeby
11. Prezentacja oferty - korzyści dla Klienta: cechy, korzyści, mankamenty i kontrargumenty, cztery stopnie argumentacji na rzecz korzyści
12. Model: Cecha - Zaleta - Korzyść - Dowód
13. Radzenie sobie z obiekcjami klienta
14. Techniki sprzedażowe (np. up selling, cross selling)
15. Techniki wywierania wpływu a manipulacja: nastawienie emocjonalne klienta, techniki (np. reguła wzajemności, zamknij drzwi przed nosem, osładzanie transakcji, stopa w drzwiach, niedostępność)
16. Zamykanie procesu sprzedaży