

Trening Umiejętności Handlowych

Ten program przygotowaliśmy dla osób zajmujących się aktywną sprzedażą na różnych stopniach zaawansowania zawodowego. Na treningu tym zajmujemy się najważniejszymi umiejętnościami sprzedawcy ze szczególnym uwzględnieniem radzenia sobie w sytuacjach trudnych. Uczestnicy mają okazję do indywidualnej pracy nad swoją sytuacją, a trener wspólnie z grupą wskazuje na atuty sprzedawcy i zachowania ryzykowne. Następnie uczestnicy mają też okazję do wypróbowania nowych umiejętności w powtórnej symulacji kontaktu z klientem, przez co od razu doświadczają zmiany.

Trening Umiejętności Handlowych to szkolenie, dzięki któremu handlowcy nabierają nowej perspektywy, wzmacniają swoje poczucie osobistej mocy i wynoszą konkretne, dostosowane do nich narzędzia pracy w trudnych dla siebie sytuacjach z klientami. Doświadczają też i kształtują w sobie praktyczne narzędzia budowania długotrwałych i partnerskich relacji handlowych.

Dzięki temu treningowi handlowcy:

- zwiększą świadomość własnych atutów i zasobów, przez co wzmocnią się w roli sprzedawców,
- przećwiczą ważne umiejętności handlowe przydatne w poszczególnych etapach rozmowy handlowej - od nawiązywania kontaktu do finalizacji sprzedaży,
- poznają i przećwiczą sprawdzone metody radzenia sobie z niechęcią i sprzeciwem klientów poprzez docieranie z poziomu ich stanowisk do poziomu interesów,
- poznają najważniejsze mechanizmy psychologiczne wpływające na budowanie relacji z klientami,
- będą mieli szansę pracować na swoich realnych sytuacjach z klientem,
- zyskają nową, świeżą perspektywę patrzenia na siebie w roli handlowca.

Ramowy program szkolenia:

1. Filozofia sprzedaży oparta na długotrwałej relacji handlowej.
2. Najważniejsze umiejętności komunikacyjne w sprzedaży: aktywne słuchanie, parafraza, docieranie do interesów partnera, zadawanie pytań.
3. Etapy rozmowy handlowej – od nawiązania kontaktu do finalizacji spotkania.
4. Otwarcie rozmowy handlowej – prezentacja siebie i budowanie zaufanie w pierwszym kontakcie z klientem.
5. Elementy komunikacji niewerbalnej – dostrojenie i prowadzenie rozmowy.
6. W jaki sposób zadawać pytania, aby dotrzeć do prawdziwych interesów klienta.
7. Prezentacja oferty dostosowana to potrzeb. Jak mówić o produktach i usługach: praktyczny język korzyści.
8. Dostosowanie do charakteru klienta dla zwiększenia skuteczności sprzedaży: użyteczne typologie klientów.
9. Radzenie sobie w trudnych sytuacjach – umiejętne reagowanie na różne obiekcje klientów.
10. Zwiększanie wartości zamówienia – „dosprzedawanie” produktów i usług powiązanych.
11. Finalizowanie sprzedaży, domykanie transakcji, podsumowywanie ustaleń, budowanie relacji długotrwałych.
12. Analiza trudnych sytuacji handlowych – tworzenie i doskonalenie standardów handlowych w powtarzających się trudnych sytuacjach w kontakcie z klientami.