

Techniki sprzedaży zaawansowane



Poszerzaj swoją wiedzę
z naszymi pakietami **szkoleń e-learningowych!**

Szkolenie Techniki sprzedaży poziom zaawansowany dedykujemy handlowcom z doświadczeniem sprzedażowym, sprawnie poruszającym się po procesie sprzedaży - mającym już w swoim repertuarze zachowań handlowych takie umiejętności, jak: badanie i precyzowanie potrzeb klienta czy prezentowanie oferty językiem korzyści.

Celem projektu „Techniki sprzedaży, poziom zaawansowany” jest zapoznanie handlowca z nowymi narzędziami sprzedaży wspierającymi efektywność sprzedażową handlowca.

THE AIM OF THE COURSE

Celem szkolenia jest:

- Uświadomienie obszarów efektywności handlowca, które mają wpływ na realizację celów.
- Wsparcie w skutecznym zarządzaniu procesem sprzedaży.
- Dostarczenie narzędzi do prowadzenia efektywnej sprzedaży.
- Nauczenie stosowania zaawansowanych technik sprzedaży w kluczowych obszarach procesu sprzedażowego.
- Zapoznanie ze społecznymi aspektami budowania relacji z klientem.

THE BENEFITS RESULTING FROM THE TRAINING COMPLETION

Po ukończeniu zajęć uczestnik:

- Zna swoje cztery klucze strategicznej sprzedaży i obszary decydujące o jego efektywności.
- Wie jak budować zaufanie klientów.
- Wie jak stosować zaawansowane techniki sprzedaży, aby zaintrygować klienta efektywną prezentacją oferty.
- Zna zasady storytellingu w prezentowaniu oferty sprzedażowej.
- Stosuje model PSR i świadomie posługuje się argumentacją w prezentacji sprzedażowej.
- Wie, kiedy i jakie techniki stosować, aby zwiększać sprzedaż z danej transakcji.
- Ma opracowane narzędzia cross- i up-sellingowe, gotowe do zastosowania w swojej sprzedaży.
- Stosuje wybrane techniki negocjacji w obronie ceny.
- Podejmuje działania zapobiegające pojawianiu się obiekcji cenowych.

- Rozpoznaje sygnały zakupu w transakcjach o dużej wartości.
- Stosuje sekwencję zamknięć finalizujących sprzedaż.
- Jest świadomy w jakim celu i jak stosować techniki dosprzedaży na etapie finalizacji transakcji.

EXPECTED PREPARATION FROM STUDENTS

Zastosowane metody pracy oddziałują na postawy uczestników. Pomiar głębokości zmiany w postawach jest możliwy w miejscu pracy uczestników.

AGENDA SPOTKANIA

Classroom

1. Efektywność sprzedażowa handlowca
 - Uświadomienie czterech kluczy sprzedaży strategicznej (specjalizacja, dyferencja, segmentacja, koncentracja).
 - Wskazanie obszarów efektywności handlowca - zasada PARETO.
 - Zweryfikowanie wiedzy i umiejętności w zakresie zarządzanie koszykiem klientów.
 - Odpowiedzenie na pytanie: jak budować zaufanie do siebie w procesie sprzedaży.
 - Uświadomienie znaczenia zasad wywierania wpływu społecznego dla efektywności handlowca w relacjach z klientem.
2. Zaciekawienie klienta – techniki prezentacji oferty
 - Wykorzystanie pytań sytuacyjnych, problemowych, implikacyjnych i naprowadzających w tworzeniu prezentacji oferty – trening.
 - Prezentowanie korzyści w sprzedaży na dużą skalę.
 - Poznanie zasad zastosowania techniki storytellingu w prezentowaniu oferty.
 - Poznanie i zastosowanie modelu PSR (Problem —> Starania —> Rozwiązanie) w prezentacji sprzedażowej
 - Poznanie i zastosowanie techniki argumentacji zgodnie z modelem Message House.
3. Podnoszenie wartości sprzedaży z danej transakcji
 - Uświadomienie możliwości podnoszenia wartości sprzedaży
 - Poznanie i zastosowanie cross-selling i up-selling
 - Wypracowanie narzędzi do działań cross-sellingowych i up-sellingowych.
4. Targi cenowe – rzeczywista obiekcja czy negocjacje?
 - Uświadomienie czym są obiekcje i zastrzeżenia cenowe.
 - Poznanie i zastosowanie technik negocjacyjnych pomocnych w odpowiadaniu na obiekcje związane z ceną
 - Wypracowanie sposobów na zapobieganie obiekcom i zastrzeżeniom cenowym.
5. Zamykanie sprzedaży o dużej wartości
 - Doprecyzowanie czym są i jak rozpoznać sygnały zakupu w sprzedaży o wysokiej wartości.
 - Poznanie sposób na zamykanie sprzedaży.
 - Wypracowanie sekwencji zamknięć - trenowanie
 - Odpowiedzenie na pytania: Jak wzbudzać zaangażowania klientów na etapie finalizacji sprzedaży?
 - Uświadomienie po co i jak stosować techniki do sprzedaży na etapie finalizacji sprzedaży.
6. Podsumowanie i plan wdrożenia nowej wiedzy
 - Podsumowanie kluczowych elementów warsztatu.
 - Opracowanie strategii opanowywania nowych umiejętności.

Duration	2 days
Level	Intermediate
Authorization	Altkom