kod szkolenia: RB-S / SzkolenieHandl

Kompleksowy model sprzedaży: od prospectingu do finalizacji transakcji

Odkryj najnowsze strategie i techniki, które rewolucjonizują świat sprzedaży! Nasze intensywne szkolenie kompleksowo przygotuje Cię do skutecznego pozyskiwania klientów, prowadzenia angażujących spotkań handlowych, mistrzowskiego radzenia sobie z obiekcjami oraz pewnego finalizowania transakcji. Poznaj aktualne trendy, nowoczesne narzędzia prospectingowe i sprawdzone metody budowania trwałych relacji z klientami, aby osiągać ponadprzeciętne wyniki sprzedażowe.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest dedykowane osobom pracującym w działach sprzedaży.

Korzyści

Po ukończeniu szkolenia uczestnik:

- Zna aktualne trendy w sprzedaży
- Wie jak dostosować własne działania sprzedażowe do procesu zakupowego klienta
- Wie, jak dostarczyć klientowi wartość w każdym etapie cyklu zakupu
- Wie jak przygotować się do spotkania i jak je poprowadzić
- Potrafi efektywnie rozpocząć spotkanie z klientem, ustalić jego ramy i budować pozytywną relację
- Potrafi zbadać potrzeby klienta, a także dokonać jego kwalifikacji
- Prezentuje rozwiązanie, odpowiadające potrzebom klienta, w odpowiednim momencie, do określonych osób i jasno wyraża oczekiwanie do podjęcia kolejnych kroków
- Wie, jak pracować z obiekcjami klienta
- Jest świadom, że zamknięcie sprzedaży jest naturalną „nagrodą” za efektywne przejście z klientem

przez poprzednie etapy cyklu zakupu

- Potrafi zaplanować swoje działania sprzedażowe i ułożyć je w spójny system powtarzalnych działań.

Program szkolenia

1. Aktualne trendy i zmiany w sprzedaży
   - Proces sprzedaży vs. proces zakupu
   - Co dziś przekonuje w sprzedaży, czyli sprzedaż przez wartości
   - Sprzedaż zdalna – jak robić to dobrze
   - Wszyscy w firmie są sprzedawcami, czyli jak w mojej roli mogę zadbać o dopływ nowego biznesu

2. Nowoczesny prospecting
   - Nowoczesne kanały prospectingu
   - Grupa docelowa i segmentacja klientów
   - Telefony sprzedażowe – czyli jak planować i realizować prospecting przez telefon
   - Cold mailing – czyli jak tworzyć kampanie, które generują nowe okazje sprzedażowe
   - Social Selling – czyli jak wykorzystać social media do generowania sprzedaży
   - Rekomendacje i polecenia, czyli jak zdobywać ciepłe leady z polecenia
   - Aplikacje i narzędzia IT wspierające działania prospectingowe
   - Plan działań prospectingowych

3. Spotkanie handlowe – najsilniejsza broń “sprzedawcy”
   - Co warto wiedzieć o kliencie przed spotkaniem i skąd brać informacje
   - Jak ustalać cele i przebieg spotkania
   - Kontraktowanie przebiegu spotkania handlowego
   - Otwarcie spotkania i dostosowanie się do stylu komunikacyjnego klienta
   - Specyfika i przygotowanie do spotkania online

4. Badanie potrzeb
   - Modele i metody badania potrzeb i potencjału klienta
   - Pytania – wytrychy. Jak sprowokować klienta do wyjścia poza schemat dotychczasowego myślenia i uświadomić problem bądź szansę
     – podstawowe rodzaje pytań (otwarte, zamknięte, alternatywne)
     – zaawansowanie rodzaje pytań (pytania faktograficzne. genetyczne, hipotetyczne)
     – pytania rozszerzające zakres rozmów (pytania o cud, pytania o wartości, pytania o pomoc)
     – pytania o proces decyzyjny
     – pytania o budżet
   - Model kwalifikacji klienta BANT (lead prospectingowy a lead kwalifikowany)

5. Prezentacja rozwiązania
   - Przygotowanie prezentacji
   - Sposoby na wzbudzanie zaufania i przykucia uwagi na początku prezentacji
   - Elementy prezentacji kluczowe dla klienta
   - Dostosowanie prezentacji do odbiorców (decydenci biznesowi, eksperci techniczni, użytkownicy końcowi)
   - Struktury prezentacji sprzedażowych
   - Perswazyjny model komunikacji w prezentacji sprzedażowej
6. Techniki radzenia sobie z obiekcjami
   - Istota obiekcji w procesie sprzedaży
   - metoda PIWO
   - metoda H2R (historia z drugiej ręki)
   - metoda “uczącej historii
   - trening radzenia sobie z obiekcjami na realnych obiekcjach uczestników szkolenia
7. Zamknięcie sprzedaży i ustalenie kolejnych kroków
   - Zamknięcie sprzedaży jako naturalne następstwo poprzednich kroków z klientem
   - Wprowadzenie narzędzi pomagającego ocenić gotowości klienta do finalizacji sprzedaży
   - Wypracowanie planu rozpoczęcia współpracy, uwzględniającego zaangażowanie po obu stronach, ramy czasowe oraz odpowiedzialność

8. Zarządzanie własną aktywnością sprzedażową
   - Jak wygląda mój lejek sprzedaży i co mówi o jakości i regularności moich działań sprzedażowych
   - Mierzenie działań na lejku i wyciąganie wniosków optymalizacyjnych
   - Wyznaczanie priorytetów działań handlowych
   - Rutyny i nawyki w zbudowaniu systemu regularnego prospectingu
   - Planowanie aktywności sprzedażowych z nowymi i stałymi klientami
   - Poszukiwanie “nowego biznesu” u stałych klientów

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Szkolenie nie wymaga wczesniejszego przygotowania.

Czas trwania

4 dni / 24 godzin

Język

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski