

Продажи в кризис. Как стабильно продавать в условиях нестабильности

Срок обучения:

Время проведения: ежедневно с 10:00 до 17:30

Выдаваемые документы: Удостоверение о повышении квалификации или Сертификат Moscow Business School

Программа обучения

День 1

Знакомство, введение и правила тренинга. Постановка целей

- Внутренние факторы, влияющие на карьерный рост
- Основные виды отношения к работе
- Следствия выбора того или иного отношения
- Знакомство. Декларация целей на время обучения и месяц после

Практикум-кейс «Индивидуальные разборы целей»

Шкала приоритетов. Что вам важно на практике?

- Событие и его интерпретации. Последствия выбора тех или иных интерпретаций
- Шкала приоритетов. Почему желания не работают, а результаты не врут
- 5 основных внутренних приоритетов, влияющих на достижение целей

Действия и результаты

- Обязанность или обязательство? В чем разница
- Ответственность за происходящее. Кто её несёт и как с ней работать
- Методы работы с личностными установками
- Интерпретация жертвы. Выгоды и цены

- Интерпретация автора. Выгоды и цены

Практикум-кейс «Выявление типичного сценария поведения»

Построение карьеры

- Формула «Быть — Делать — Иметь»
- Разработка стратегии поведения

Упражнение «Обратная связь: от группы — каждому участнику»

День 2

Введение. Современные продажи. Важность индивидуального подхода в продажах

- Изменение парадигмы процесса предоставления услуг
- Последствия неудовлетворенности клиентов/партнеров
- Важность менеджера по продажам в процессе формирования бренда компании в глазах потребителя
- Критерии, отличающие эффективного менеджера по продажам от неэффективного

Роль менеджера по продажам в оказании услуги клиенту/ партнеру компании

- Матрица созависимости отношения и поведения
- Методы работы с личностными установками и блоками
- Инструменты повышения личной ответственности за качество предлагаемой услуги
- Невербальные инструменты изменения отношения клиента к услуге и ее поставщику
- Методы эмоционального и рационального подхода к презентации услуги

Типы клиентов и их мотивы принятия решений

- Принципы андрагогики в прогнозировании поведения клиентов
- Типы клиентов в процессе принятия решений
- Методы экспресс-диагностики каждого типа клиента

- Мотивы каждого типа клиента и влияние личности на закрытие ЭТИХ МОТИВОВ

Выявление мотивов клиента

- Определение потребности и ее отличие от мотива. Теория базовых потребностей Абрахама Маслоу
- Сопряженные и несопряжённые потребности
- Методы выявления мотивов
- Активное слушание и вопросы

Презентация продукта

- Отличие презентации продукта от рассказа о его характеристиках
- Алгоритмы презентации продукта с точки зрения выгоды для клиента
- Позиционирование продукта как решения
- Техника создания сопряженных потребностей

Практикум-кейс «Разработка речевого модуля»

Работа с возражениями

- Ценность наличия возражений
- Природа возникновения возражений. Теория транзактного анализа Эрика Берна
- Внутренние блоки менеджера, влияющие на качество отработки возражений и закрытия сделки
- Истинные и ложные возражения
- Техники отработки возражений. Создание речевого модуля
- Постпродажное обслуживание
- Лайфхаки в продажах

Практикум «Отработка возражений группы. Интерактивная игра «Два капитана»