



Продажи – это наука со своими правилами и закономерностями

Фундаментальные навыки продаж. Современные тенденции

Целевая группа

Курс предназначен для опытных специалистов в сфере продаж, желающих усовершенствовать свои навыки ведения коммерческих переговоров.

Курс наилучшим образом подойдет сотрудникам, обслуживающим клиентов компании и занимающимся развитием клиентской базы.

Требуемый желаемый уровень предварительной подготовки участников – продвинутый.

Цель

Дать участникам инструменты и методы, необходимые для:

- Анализа, оценки и планирования переговоров
- Совершенствования техники ведения переговоров в условиях жесткой конкуренции
- Выбора правильной тактики переговоров
- Оценки и развития собственного переговорного стиля
- Ведение переговоров с опорой на потребности клиентов

Длительность

1 - 2 дня

Методика

Занятия основаны на упражнениях по отработке методики переговоров в различных ситуациях.

На тренинге используются специально подготовленные case study и разбираются ситуации участников.

Интерактивный курс с большим количеством упражнений – парных переговоров или переговоров, проводимых в небольших командах.

Назаров Алексей

Бизнес тренер и консультант - Управление продажами и развитие навыков продаж

+7 916 522 16 45

Nazarov.nvision@gmail.com; www.anazarov.org



Продажи – это наука со своими правилами и закономерностями

Содержание

Подготовка к переговорам, оценка собственной переговорной позиции.

Позиционирование Компании:

- Что мы в действительности продаем
- Как выглядит наша «Цепочка создания ценности»
- Что клиенты готовы на самом деле купить
- Как мы можем изобразить нашу конкурентную канву
- Как мы позиционируемся относительно наших основных конкурентов
- Каковы критерии выбора подобных продуктов/услуг/портфелей продуктов
- Каковы **USP компании**

Упражнение:

Анализ цепочки создания ценности компании. Какую ценность мы создаем.

Упражнение:

Сравнение нашего предложения и предложения конкурентов.

Как мы соотносимся.

За счет чего можем победить.

Как можем аргументировать свое предложение.

Ориентировочная длительность – 120 минут.

Продажа идеи, переговоры или обслуживание?

- В чем разница этих этапов
- Продажа или переговоры
- Какие идеи мы продаем
- Этапы процесса продажи идеи и что на это влияет
- Корректировка ожиданий клиента. Как это делается
- Процесс «дозревания»
- Переговоры. Какими инструментами мы можем пользоваться

Ориентировочная длительность – 60 минут

Чем руководствуются клиенты при выборе аналогичных предложений. Выяснение критериев принятия решения клиентами.

Назаров Алексей

Бизнес тренер и консультант - Управление продажами и развитие навыков продаж

+7 916 522 16 45

Nazarov.nvision@gmail.com; www.anazarov.org



Продажи – это наука со своими правилами и закономерностями

- Основные источники потребностей на рабочем месте
- Определение «управленческой оболочки», как основного источника потребностей
- Тестирование мотивационного профиля как источника потребностей
- Модель задавания вопросов. Как определить полные (личные и рабочие) потребности клиента. Эффективная вопросная техника
- Что нам нужно выяснить
- Какую информацию мы собираем
- Различные типы клиентов, чем они отличаются
- Практическое упражнение на отработку техники постановки вопросов
- Активное слушание – что это такое?
- Техники активного слушания
- Практическое упражнение на отработку техники активного слушания
- Проведение занятий в группе и ролевых игр в целях формирования у участников тактики поведения, соответствующей данному уровню
- Кто наши клиенты, имеющие «правильные» потребности? К кому можно применить данный подход, а к кому нет
- Анализ Группы, влияющей на Принятие Решений (ГВПР)
- Как анализировать ГВПР
- Как определять члена ГВПР, для которого мы создаем наибольшую ценность
- Что делать, если ценность не достаточная и как ее формировать

Упражнение:

Ролевые игры (в тройках) по тренировке поведения сотрудников на этом уровне сопротивления клиента. 3 игры со сменой ролей участников с последующим разбором и обратной связью от наблюдателя.

Практический кейс:

Проведение первичной встречи с целью выяснения потребностей клиента. Моделирование реальной ситуации. Анализ. Обратная связь участников.

Ориентировочная длительность – 120 минут

Аргументация, ориентированная на принятие клиентом положительного решения.

- Формирование аргументов, основанное на понимании положения клиента и его потребностей
- Воронка аргументов
- Техника эффективной аргументации
- Формирование банка аргументов
- Практическое упражнение на отработку техники эффективной аргументации

Ориентировочная длительность – 60 минут

Назаров Алексей

Бизнес тренер и консультант - Управление продажами и развитие навыков продаж

+7 916 522 16 45

Nazarov.nvision@gmail.com; www.anazarov.org



Продажи – это наука со своими правилами и закономерностями

Работа с возражениями клиента.

- Природа возражений. Возражения: как и когда реагировать
- Как проявляется возражение: вербальные и невербальные возражения
- Актуализация возражений клиентов
- Методы работы с возражениями
- Формирование банка возражений
- Практическое упражнение на отработку техники работы с возражениями
- Продажа ценности

Ориентировочная длительность – 60 минут

Составление персональной программы развития навыков проведения эффективных переговоров.

Результат

Участники тренинга:

- структурируют собственный опыт и оценят свой стиль проведения коммерческих переговоров
- сформируют системный подход к подготовке и проведению коммерческих переговоров
- получат эффективные модели проведения переговоров с клиентами
- отработают навыки и техники проведения коммерческих переговоров
- смогут уверенно чувствовать себя в любой переговорной ситуации, благодаря полученным навыкам и моделям и их практической отработке

Назаров Алексей

Бизнес тренер и консультант - Управление продажами и развитие навыков продаж

+7 916 522 16 45

Nazarov.nvision@gmail.com; www.anazarov.org