

ДАЛИ ЗНАЕТЕ КАКО ДА ПРОДАВАТЕ?

Откријте како вашиот клиент купува!



Што да се направи во случај кога купувачот воопшто не размислува за купување и воопшто не е заинтересиран да разговара со продавачот? Продавачите не се секогаш во идеална ситуација да имаат пред себе купувач кој што е заинтересиран да купи од нивните производи или услуги.

Овој извонреден продажен тренинг осигурува развој на продажните вештини и клучните бизнис компетенции за успешна продажба во денешното опкружување. Совладувањето на посебните техники на продажба, детално обработени на овој тренинг, значително ги зголемуваат шансите за остварување на продажни резултати, подобрување на процентот на реализација, креирање долгорочни партнерски односи со клиентите и подобрување на личната репутација.

Тренингот ве води кон промена на однесувањето во продажбата.

Учесниците кои ќе ги усвојат новите методи во пристапот на продажба, добиваат голема мотивација за работа. Резултатите од овој тренинг ќе ви помогнат да развиете и оддржите култура на одлична изведба во продажбата.

Тренинг програма

Модул 1 – Продажен процес

Продажни **трендови во 21-век**. Алатки за откривање на **навиките** на купување и **фазите** низ кои проаѓа купувачот кога **размислува** за некој производ или услуга. Практики за **пристапување** на купувач кој што не е во **активна потрага** за производот и **нема потреба** за купување. Откривање на **фазите на продажба** и соодветното **однесување на продавачот** во секоја од тие фази. Развој на **клучните компетенции** на продажниот консултант и тактики за **лична мотивација** и поставување **цели и приоритети** за постигнување на **врвни резултати**.

Модул 2 – Психологија во продажбата

Откривање на **перцепцијата на купувачот** за нас. **Сегментација** на купувачите според начинот на **однесување** и **генерациската** припадност. Креирање на **флексибилен продажен стил** во зависност од стилот на клиентот (**DRS модел** - доминантно, резервирано и социјално). Откривање на факторите за мотивација при купување кај генерацијата **милениумци**. Алатки на невербална комуникација (**говор на телото**) и читање на **сигналите за купување** кај клиентот.

Модул 3 – Градење доверба и влијание

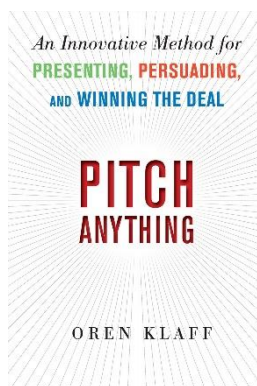
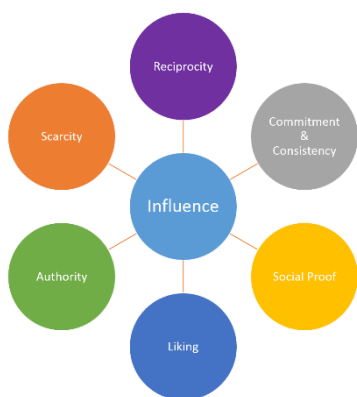
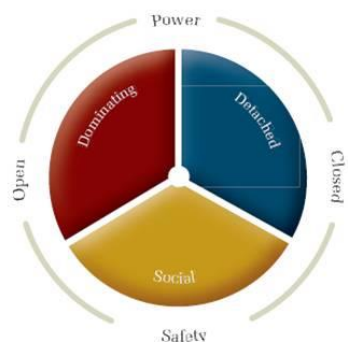
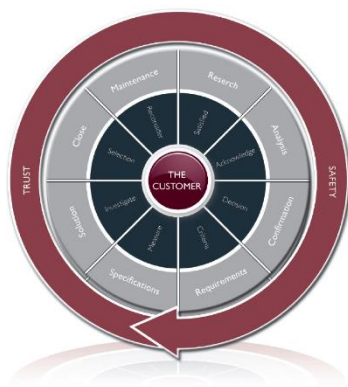
Тактики на **отварање на продажниот разговор** со користење неврзан разговор (**small talk**). Најдобри практики за брзо градење на база на потенцијални клиенти (**networking**) и стекнување наклоност и соработливост кај нив (**принципи на Карнеги**). Алатки на убедување (**Чалдинијеви принципи**) за создавање допадливост и обврска кај клиентот. **ABCD модел** за брзо **стекнување доверба** кај клиентот и градење долгорочен **партнерски однос** на **соработка** и пријателство.

Модул 4 – Откривање и креирање потреби

Разбирање на **потребите** и мотивацијата на клиентот да **направи промена** со примена на солуција која има дополнителна **вредност** за него. Техника на поставување **функционални прашања** за лоцирање на **проблемите** на клиентот и насочување на клиентот за **ургентно решавање** на проблемите со **солуцијата** на продавачот. Алатки за активно **емпатично слушање** на клиентот, со цел **откривање** на неговите **потребите** и постигнување **согласност** дека е нужна промена.

Модул 5 – Моќно презентирање

Целта на презентацијата е да се **убеди и импресионира** клиентот, а не само да се информира. Претставување на уникатна солуција на клиентот, базирана на неговите потреби, со примена на моќни презентации (**pitching**) по моделите **FABEC** и **STRONG**. Вежбање лична едноминутна презентација (**elevator pitch**). Најдобри практики на наративно раскажување (**Storytelling**), како алатка за **емотивно врзување** на клиентот и производот (солуцијата).



Модул 6 – Склучување на продажбата

Склучувањето е првиот чекор во градењето **задоволство** и долгорочна **соработка** со клиентот. Тактики на **моќно склучување**, доминација и воодушевување на клиентот. Техники на **асертивно справување** со **приговори** и склучување од срце со **барање заложба** од клиентот и покажување **посветеност**. Модел за **решавање** на приговорите во 3 чекори. Тактики на **вкрстена** и **дополнителна продажба**. **Следење** на клиентот и добивање **препораки** за нови клиенти.



Модул 7 – Принципи на врвна услуга

Креирање навики и перцепција (**mindset**) за лидерство и услужливост кај продавачот (**servant leadership**). Запознавање со принципите на **врвна услуга** и креирање **незаборавно искуство** за клиентот. Откривање на **моментите на вистина** кај купувачот и **мапирање на искуството** преку уникатна вредносна понуда (**unique value proposition**). Модел за **унапредување на релациите** со клиентите од трансакциски, преку консултантски во партнерски однос (**relationship selling**).

SALES FUNNEL



Модул 8 – Управување со продажните прилики

Алатки за пронаоѓање продажни прилики и управување со продажната инка (**funnel management**). Техники на **закажување состанок** и надминување на бариерите до одговорните лица (**gate keepers**). Практики за **успешно** водење продажни разговори со VIP лица (**C-level selling**). Практики на **само мотивација** за **ефикасно** и квантитативно водење телефонски разговори со непознати лица (**cold calling**). Унапредување на продажбата преку ефикасно користење на **CRM**.

Модул 9 – Планирање на продажбата

Дефинирање на 3-те **клучни аспекти** на планирањето; цели (**таргети**), задачи (**активности**) и **приоритети**. Креирање на **годишен** продажен **план** со таргети по моделите **SMARTER** и **5x4**. Дефинирање **приоритети** со моделот на **Парето (80/20)** и **Gerbier**. Откривање на клучните индикатори (**KPI's**) за следење на продажбата по индустрии. Техники за лична и тимска **мотивација** за исполнување на планираните **таргети** според моделот на **Locke**.



За кого е дизајниран овој продажен тренинг?

За сите индивидуалци кои сакаат да стекнат продажни компетенции и успешно да функционираат во B2B како и во B2C ситуации, но воедно имаат амбиции да станат менаџери на продажба во иднина.



Пристап

Тренингот е интерактивен со многу вежби, дискусии, играње улоги, студии на случај, многу гамификација, работа во парови и во групи. Материјалите за учесниците содржат преглед на клучните точки од тренингот, активности и вежби, како и индивидуален план за акција за секој учесник веднаш да го примени наученото во пракса.

По завршувањето на тренингот учесниците ќе бидат способни успешно да се носат со продажните предизвици.

Тренингот е со вкупно траење од 24 часа, т.е. 3 дена по 8 часа.

Извор

Овој тренинг е развиен по единствената метода за пристап кон продажниот процес преку куповниот циклус во соработка со Robert L. Jolles, продажен гуру кој повеќе од 30 години работи на развојот на продажните вештини и е автор на многубројни книги за продажба како што е и книгата наречена: "Customer Centered Selling" која ги опишува методите обработени во овој тренинг.

Оваа книга е прогласен за бестселер од страна на списанијата New York и Times и се наоѓа високо на листата на најдобри книги за продажба на сите времиња.

Цели

По завршувањето на тренингот, учесниците ќе:

- ја познаваат секоја фаза во процесот на купување и својата улога во тој процес
- знаат како да му пристапат на купувачот кој не е во активна потрага по производот и услугата
- научат како да ги употребуваат ефикасните техники за водење продажен разговор
- научат да поставуваат вистински прашања и одлично да ги слушаат своите клиенти
- ги подобрат своите комуникациски и презентационски вештини и уверливост
- станат поубедливи продавачи и да научат како да ја зголемат довербата кај купувачите
- планираат повици за закажување на состаноци за продажба со јасни цели и стратегија
- изградат однос со купувачот и ќе му ја претстават вистинската вредност на производот
- ги определат, освен очигледните, исто така и скриените потреби на купувачот
- научат техники на справување со приговори, преговарање и склучување на продажба
- ги откријат тајните на ефикасно водење продажни тимови и нивна мотивација
- се справат со неодлучноста, несигурноста и одлагањето на продажните активности
- стекнат високо ниво на само мотивација и желба за исполнување врвни резултати
- можат поефикасно да се фокусираат на активности за зголемување на продуктивноста

Сертификација

Сите учесници се стекнуваат со интернационален сертификат од реномираниот светски тренинг центар DOOR International, признат од најголемите светски компании како што се: Microsoft, General Motors, Abbot, Philip Morris, Sony, Unilever...

