

План тренинга «Техника продаж»

Задача тренинга – разобрать на практике часто встречающиеся ситуации, вопросы, прописать и отработать модели поведения, усилить навыки работы, перевести в осознанные инструменты.

Предварительный план

1. Вводная часть (знакомство, сбор ожиданий, правила совместного движения).
2. Прописывание целей.
3. Портрет Клиента сегодня?
4. Психотехники, используемые при продажах:
 - 4.1. внутренний настрой;
 - 4.2. необходимость создания и проработки речевых модулей;
 - 4.3. правила формирования речевых модулей;
 - 4.4. использование образов, историй, метафор;
 - 4.5. использование 3-й позиции;
 - 4.6. контроль ситуации во время переговоров;
 - 4.7. использование паузы после закрывающего вопроса;
 - 4.8. техника ухода от спора;
5. Конкуренция и конкурентные преимущества
6. Ключевые этапы в процессе продаж (отработка стандартов):
 - 6.1. приветствие, представление (позиционирование компании, себя);
 - 6.2. сбор информации, выявление потребностей;
 - 6.3. предложение (позиционирование товара на языке выгоды), плюсы Компании
 - 6.4. работа с возражениями, отношение к отказу;
 - 6.5. закрытие сделки;
7. Практикум (отработка ситуационных задач).
8. Окончание.

В стоимость тренинга входит:

1. Предтрениговая диагностика – 8 часов
 - интервью с руководителем и потенциальными участниками тренинга:
 - прояснение специфики организации, конкретизация целей/задач на тренинг, критериев оценки результативности тренинга;
 - мониторинг уровня подготовки потенциальных участников тренинга (что уже знают/умеют, что необходимо для развития);
 - согласование ситуационных задач на тренинг (фрагменты реальных ситуаций в работе менеджеров по продаже);
2. Сам тренинг – 2 дня по 8 часов
3. Посттрениговая работа – 8 часов
 - дополнительная встреча с участниками тренинга через 2-4 недели:
 - мониторинг применения полученных методик, инструментов в работе (что работает, что не работает, почему);
 - коррекция, дополнительная отработка, доведение до навыка;