

## «Эффективные продажи в конкурентной среде» тренинг

### **Цели:**

- Помочь продавцам увидеть новую область повышения продуктивности в продажах и переговорах;
- Помочь продавцам получать нужные результаты с меньшими затратами времени и энергии;
- Увеличение количества сделок с долгосрочной перспективой;
- Эффективное продвижение брендов компании на рынке путем повышения лояльности со стороны сотрудников;
- Развитие приверженности со стороны клиентов;
- Научиться оказывать действительно индивидуальный подход к клиенту;

**Продолжительность:** 2 дня (18часов).

### **Концепция:**

Процесс продажи всегда задействует 2 уровня:

1. Предметно-логический (цена, акции, ассортимент, новые продукты, статус и известность компании на рынке);

2. Личностно-эмоциональный (отношения, доверие, значимость, надежность, приверженность, долгосрочное и плодотворное сотрудничество, атмосфера).

Каждый из этих уровней – это 50% успешных продаж. Поэтому для 100% эффективности сотрудника компании в процессе сбыта необходимо осознанно развивать и применять оба эти уровня общения.

### **Адаптивность:**

В процессе проведения программы происходит ситуационная адаптация тренинга под конкретные «жизненные» реалии рынка.

### **Методы:**

40% - методики и инструменты, 60% - практика применения инструментов.

Программа проводится в режиме интенсивного взаимодействия ведущего с участниками и участников друг с другом. Стиль работы тренера стимулирует участников к повышению степени ответственности и инициативности. Тренер заботится о результате каждого участника.

### **В тренинге используются:**

- методологические сообщения тренера и демонстрации на своем примере;
- дискуссии и мозговые штурмы;
- деловые игры и индивидуальные кейсы;
- групповые и индивидуальные обратные связи;
- тренажеры в парах и малых группах;
- мини-презентации участников;
- элементы рефлексии и обмена опытом;
- вызов и поддержка со стороны тренера;
- использование видеопрактикумов (свыше 20) - авторский материал;

## Детализация обучающих блоков

	Модуль	Содержание	Методы	Образ результата
<b>День I</b>				
<b>1</b>	<b>Введение в тренинг</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Представление тренера</li> <li>• Описание целей, содержания тренинга</li> <li>• Заключение ряда групповых соглашений</li> <li>• Подготовка участников к самопрезентации по заданным параметрам</li> <li>• Индивидуальные выступления участников</li> <li>• Разбор базовых понятий процесса продажи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сообщения тренера</li> <li>• Мини-презентации</li> <li>• Дискуссия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Создана основа, помогающая работать на тренинге с полной отдачей</li> <li>• Каждый участник определился с целями на обучение</li> <li>• Цели зафиксированы для использования в течение всего тренинга</li> </ul>
<b>2</b>	<b>Базовая подготовка к продаже</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Понятие «лояльность» по отношению к компании, продукту и услуге.</li> <li>• Моменты «самосаботажа», самодиагностика.</li> <li>• Презентация (30сек.)</li> <li>• Работа с видеопрактикумом.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сообщения тренера</li> <li>• Работа в команде</li> <li>• Видеокейс</li> <li>• Дискуссия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Участники научились определять моменты протеста, разработали новые действия, повышающие их результаты.</li> <li>• Разработана и освоена «рабочая» презентация: max inf – min времени.</li> <li>• Разобрано на видео 8 тем по 2 уровню.</li> </ul>
<b>3</b>	<b>Содержательная подготовка к продаже</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Как собирать информацию о клиенте.</li> <li>• Как разделять каналы сбора информации.</li> <li>• Ситуационная информация о клиенте.</li> <li>• «Зоны роста» каждого в сборе информации.</li> <li>• Аккумуляирование информации.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сообщения тренера</li> <li>• Групповая дискуссия</li> <li>• Работа в команде</li> <li>• Видеокейс</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Участники увидели «корни» эффективности сбора информации.</li> <li>• Научились собирать 100% информации.</li> <li>• Увидели «провалы» с клиентами и разработали новые действия.</li> <li>• Узнали, как получать информацию прямо в процессе продажи.</li> </ul>
<b>4</b>	<b>Психологическая подготовка к продаже</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Способы самоотстройки на продажу.</li> <li>• Индивидуальный инструмент «Работа над ошибками».</li> <li>• Способы оптимизации своего состояния в стрессовой ситуации.</li> <li>• «Событийный круг» как способ работы с трудным клиентом.</li> <li>• Поддержание оптимального рабочего состояния.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сообщения тренера</li> <li>• Работа в группе</li> <li>• Дискуссия</li> <li>• Практика</li> <li>• Видеокейс</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Участники увидели свою ответственность за собственное состояние при продаже.</li> <li>• Переданы инструменты диагностики и разработаны новые действия в психологически некомфортных ситуациях.</li> <li>• Участники попрактиковались влиять на «безнадежные продажи».</li> </ul>
<b>5</b>	<b>Установление личного контакта с клиентом</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Стандарты взаимодействия с клиентом в личном плане (личный и содержательный план продажи).</li> <li>• Виды общения.</li> <li>• Восстановление контакта. Прием рекламаций.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сообщения тренера</li> <li>• Групповая практика</li> <li>• Дискуссия</li> <li>• Видеокейс</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Участники получили интенсивную практику в искусстве установления контакта с клиентом.</li> <li>• Попрактиковались в работе с претензиями клиентов.</li> </ul>
<b>6</b>	<b>Завершение тренингового дня</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Итоговые «шлифующие» видеокейсы.</li> <li>• Подведение итогов дня .</li> <li>• Обсуждение способов применения полученных знаний и умений на практике.</li> <li>• Домашнее задание.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дискуссия</li> <li>• Выступления участников</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Закреплены выводы</li> <li>• Найдена связь инструментов с повседневной деятельностью</li> </ul>

День II				
1	<b>Закрепление материала предыдущего дня</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ответы на возникшие вопросы и поддержка</li> <li>• Переход к новой теме</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сообщения тренера</li> <li>• Практика</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Материал закреплен, развеяны сомнения, появившиеся после предыдущего занятия</li> <li>• Создан плавный переход к новой теме с пониманием взаимосвязей</li> </ul>
2	<b>Выслушивание и выяснение потребностей клиентов</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Действия слушающего (вопросы – уточнения - пересказ);</li> <li>• Новые техники активного слушания;</li> <li>• Способы влияния на самые «безнадежные» переговоры;</li> <li>• Выяснение потребностей на основе пирамиды Маслоу (авторский подход);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сообщения тренера</li> <li>• Дискуссия</li> <li>• Инд. работа</li> <li>• Письменный кейс</li> <li>• Видеокейсы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Участники получили практический опыт участия в сложном переговорном процессе</li> <li>• Структурированы и отработаны на практике методы выявления потребностей</li> <li>• Освоен авторский инструмент активного слушания</li> </ul>
3	<b>Предложение товара и услуг. Аргументация выгод клиента.</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Выгоды и их аргументация;</li> <li>• Виды аргументации;</li> <li>• Стандарты формулирования предложения;</li> <li>• Проработка аргументации с учетом выявленных ранее потребностей (жесткая привязка к реальной деятельности продавца);</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сообщения тренера</li> <li>• Групповая практика</li> <li>• Практика в парах</li> <li>• Видеокейсы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Переданы методики аргументации с учетом потребностей</li> <li>• Переданы инструменты формирования предложения</li> <li>• Возросла эффективность продавца</li> </ul>
4	<b>Ответы на возражения клиента</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Причины возникновения возражений</li> <li>• Истинные и ложные возражения. Как отличить?</li> <li>• Способы работы с истинными возражениями.</li> <li>• Способы работы с ложными возражениями.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сообщения тренера</li> <li>• Работа в команде</li> <li>• Индивидуальная работа</li> <li>• Дискуссия</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Передана методика выявления статуса возражения</li> <li>• Освоены на практике методы приема истинного возражения</li> <li>• Участники узнали, что делать в при возникновении ложного возражения</li> </ul>
5	<b>Завершение персональной продажи</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Типы завершения продажи</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Сообщения тренера</li> <li>• Письменный кейс</li> <li>• Видеокейсы</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Систематизированы знания о способах завершения продажи</li> </ul>
6	<b>Завершение работы на тренинге</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Подведение итогов дня и тренинга</li> <li>• Обсуждение способов применения полученных знаний и умений на практике</li> <li>• Анкетирование уровня удовлетворенности от тренинга</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Дискуссия</li> <li>• Выступления участников</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Закреплены выводы</li> <li>• Найдена связь инструментов с повседневной деятельностью</li> <li>• Определен уровень удовлетворенности участников по ряду параметров</li> </ul>