

Программы обучения успешным продажам менеджеров по продажам и продавцов-консультантов

Предлагаем вашему вниманию серию тренингов, которые помогут сотрудникам коммерческого отдела сформировать навыки работы с клиентами и отработать различные техники и алгоритмы продаж. В результате курса участники получают большой спектр техник работы с клиентами и понимание, в каких ситуациях наиболее оптимально применение того или иного инструмента продаж.

Тренинги:

- ✓ **Мастерство продаж B2B**
- ✓ **Эффективные продажи в рознице**
- ✓ **Холодные звонки. Холодные визиты. Телемаркетинг.**
- ✓ **Психология продаж**



Алексей Кузнецов

бизнес тренер, консультант по развитию

Институт профессионального образования и бизнеса
Московский Городской Педагогический Университет
Международная федерация коучинга ICF Global Coaching London-Moscow
Международный сертификат ICF коуч

Опыт работы в обучении персонала с 2006 года.

Выполнял проекты для компаний:

X5 Retail Group, Рольф, Иркут, Ренессанс Кредит, Select Service Partners Russia, Melange Group, МТС, ПромЭкспертиза, Schlumberger, АО «Медицина», Ely Lilly, Корпорация «Техно НИКОЛЬ», АО «Апатит ФосАгро», Select Service Partners Russia, Melange Group, СПСР Express, Jumbo Toys, Michelin, Фабрика инновационной мебели, Фабрика батуты, Аэропорт Домодедово Eastline, Sharp, Pioneer, Краски Tikkurila, AST International Environment, Университет Витте, Saria, Deloitte & Touche CIS, НОВАТЭК, ГК «Инград», LukOIL, Wirtgen Group, Русглобал, Dental Progress, Фонд Надежная смена, Murexin и другие.

Готовые тренинги могут быть адаптированы под конкретные запросы компании-заказчика.

Стоимость двухдневных корпоративных тренингов – от 140 тыс. руб.

Стоимость однодневных корпоративных тренингов – от 90 тыс. руб.

При проведении серии однотипных тренингов предоставляется скидка 10% на второй и последующие тренинги.

Группа до 18 человек. Если семинар проводится на территории заказчика: для проведения семинара необходимы проектор, ноутбук и флипчарт.

Если семинар проводится на территории учебного центра – дополнительно оплачивается аренда из расчета 10 тыс. руб. в день и питание (обед и 2 кофе-брейка) из расчета 700 рублей на каждого участника в день.

По окончании обучения участникам выдается сертификат.

Запрос на тренинг направляйте по адресу alfaseminar@bk.ru, или заполните заявку на [сайте](#).

Алексей Кузнецов – не теоретик, а практик, отлично владеющий спектром эффективных алгоритмов и техник продаж. Проверьте нашего профи на деле! Закажите тренинг по продажам и убедитесь сами!

С уважением,

директор Школы бизнеса «Альфа»

Уварова Алла Александровна



Приложение: 4 программы тренингов.

Мастерство продаж B2B



Продолжительность тренинга: 16 часов.

Продажи B2B стоят особняком в продажах, так как являются наиболее сложным, ответственным и развивающимся видом продаж. В продажах B2B важно не только разбираться в продукции/услугах своей компании, но и вникать в особенности бизнеса клиентов-партнеров, разрабатывать адресные предложения для разных типов клиентов-партнеров, контактировать с разными ЛПРами (лицами, принимающими решения) и ЛВРами (лицами, влияющими на решения), а также договариваться со своими поставщиками, выявлять потребности клиентов и их проблемы, учитывать схемы продаж конкурентов. На данном тренинге по продажам B2B вы не только получаете и отрабатываете методологию современных продаж B2B, но и благодаря множеству методов создаете свою схему результативной продажи и успешного взаимодействия с клиентами-партнерами, используя лучшие инструменты продаж и переговоров.

Для кого: для менеджеров по продажам B2B, для руководителей отделов B2B, которые хотят усилить продажи в своих отделах.

Какие проблемы решает тренинг:

- Когда у вас нет стратегии продаж для бизнеса
- Когда есть проблемы на отдельных этапах продажи B2B
- Когда важно оживить продающую коммуникацию с клиентами-партнерами
- Изучить потребность и применять психологические методы воздействия на клиентов-партнеров
- Сложные ситуации в продажах
- Потребность отстроиться от конкурентов
- Потребность в адресном взаимодействии с разными типами клиентов
- Проблемы с «дожимом» продажи.

Цели тренинга:

- Изучить психологические инструменты влияния и убеждения в продажах
- Усилить продажи методами убеждающей коммуникации
- Усилить личное влияние в ходе коммуникации с клиентами

В результате тренинга вы:

- Усилите пошаговое взаимодействие с разными типами ЛПР и ЛВР, по основным шагам продаж по телефону и/или на встречах – и завершая «закрытием» клиентов на сделку
- Освоите инструменты психологического воздействия на разные типы ЛПР и ЛВР, в том числе в ситуациях контраргументации, преодоления конкурентного барьера
- Изучите и отработаете способы преодоления сложных ситуаций в продажах

Все обучающие модули могут рассматриваться в контексте ситуаций, с которыми сталкиваются участники в своей рабочей деятельности.

Методы тренинга: мини-презентация, интерактивная мини-лекция, групповая дискуссия, работа в малых группах, ролевая игра, отработка инструмента, деловая игра, решение кейсов, разминка-энерджайзер.

Программа тренинга:

1. Настрой менеджера по продажам

- Особенности продаж услуг и продукции в продажах B2B.
- Основные навыки специалистов по продажам.
- Особенности продаж услуг/продукции в Компании участников тренинга.
- Алгоритм продаж продукции/услуг в Компании участников тренинга.
- Работа с конкурентной матрицей.
- Продажи через партнерскую сеть. Разные типы ЛПР, ЛВР.
- Цель профессионального специалиста по продажам. Видеть цель, а не только процесс. Навыки результативного целеполагания.
- Анализ и решение актуальных рабочих ситуаций участников тренинга.

2. Подготовка к продажам и установление контакта

- Подготовка к коммуникации с клиентами по телефону (постановка цели, сбор информации по клиентам и т.д.)
- Пресэйл: позиционирование Компании (услуг/продукта/специалистов) участников тренинга. Самопрезентация. Экспертная презентация продукта / услуг организации.
- Методы установления контакта при личной встрече и по телефону (small talk, присоединение и ведение, вопрос-«мост» и т.д.) с действующими («теплыми») и новыми клиентами.
- Методы прохождения «секретарского барьера». Типология «секретарского барьера».
- Вербальные и невербальные методы коммуникации с клиентами.
- Инициатива в коммуникации с клиентами.
- **Практика:** доверительный контакт с действующим, «теплым» клиентом.
- Частые ошибки на разных этапах продаж.

3. Выявление потребностей/ценностей клиентов

- Ценности, потребности, «боли» клиентов. Уточнение ситуации клиентов.
- Вопросы выявления потребностей (открытые, закрытые, альтернативные, вопросы - «завязки»). Ценностные критерии и ценностные слова.
- **Практика:** выявление потребностей/ценностей/«боли» клиента.
- Карта клиента.
- Техники активного слушания: «эхо», вербализация и т.д.

4. Эффективная вовлекающая презентация

- Трансляция, навязывание, презентация.
- Методы убеждения («сократовы вопросы» и т.п.). Инструменты убеждения клиентов («ПВН» и др.)
- Методы вовлечения в адресной презентации.
- Презентация компании, ее услуг/продукта, возможностей сопровождения, условий работы с компанией - типичные ситуации.
- Результативная презентация в ключе разных потребностей/ценностей клиента.
- Отстройка от конкурентов (по Компании, по услугам, по условиям).
- Неценовые выгоды продуктов/услуг для клиентов/партнеров (бренд, надежное партнерство, обучение и проч.). Психологическая типология клиентов.
- **Практика:** отработка инструментов убеждения в презентации.
- Ошибки завершения презентации. Корректное завершение презентации.

5. Преодоление сомнений, возражений и жалоб

- Частые поводы для возражений. Сомнения, отговорки и возражения.
- Ошибки работы с возражениями.
- Возражения, с которыми сталкиваются участники тренинга (по цене, качеству, условиям и т.п.)
- Результативный «скрипт» работы с отговорками. Подробный поэтапный алгоритм преодоления возражений.
- **Практика:** преодоление возражений с помощью алгоритма преодоления возражений.
- Телефонные переговоры. Правила результативного торга.
- Аргументы и контраргументы.
- Как в любых переговорах оставить дверь открытой?
- «Трудные» типы клиентов-партнеров: властные, «беглецы», «всезнайки», торгующиеся и др.
- Методы убеждения по каждому типу «трудных» клиентов-партнеров.
- Запрещенные и убеждающие фразы.
- Управление эмоциями клиентов-партнеров.
- Трудные ситуации из профессиональной деятельности участников тренинга
- Эффективная коммуникация с клиентом в ситуациях жалоб, претензий.
- Алгоритм работы в конфликтных ситуациях «LAST».
- Работа с частыми ситуациями участников тренинга.

6. Завершение сделки. Ведение клиента.

- Поведение специалиста по продажам при «закрытии» сделки.
- Признаки готовности клиента-партнера к заключению договора.
- «Дожим» сделки. Методы «дожима» («здесь и сейчас», подведение итогов и проч.)
- **Практика:** отработка методов «дожима».
- Закрепление договоренностей
- Типология допродажи: upsale, downsale, crosssale.
- Психологические сложности в продаже.
- **Практика:** отработка методов допродажи.
- Управление временем для менеджера по продажам
- Планирование и расстановка приоритетов.
- Работа в стрессе в продажах.
- Долгосрочные взаимовыгодные отношения с клиентами.

Ответы тренера на вопросы участников тренинга. Подготовка стратегии профессионального развития участников тренинга на основе полученной обратной связи от тренера в течение всего тренинга.

Запрос на тренинг направляйте по адресу alfaseminar@bk.ru, или заполните заявку на [сайме](#).

Алексей Кузнецов – не теоретик, а практик, отлично владеющий спектром эффективных алгоритмов и техник продаж. Проверьте нашего профи на деле! Закажите тренинг по продажам и убедитесь сами!

www.alfaseminar.ru

Эффективные продажи в рознице



Продолжительность тренинга: 16 часов.

Навык корректно и результативно общаться с посетителями и покупателями в рознице – это искусство в продажах товаров или услуг. В настоящее время мало просто улыбаться, называть покупателей по имени и рекомендовать товар. Бывало ли у вас такое: приходите в магазин, а там либо вас продавец-консультант игнорирует, либо пристаёт с вопросами: «Чем могу вам помочь?» Такого не профессионального поведения хватает в рознице. Как начать разговор с посетителем и покупателем? И когда на самом деле начинается продажа? Какие виды покупок бывают в рознице? Как усиливать конверсию визит/продажа? Как быть убедительным в розничных продажах? Как презентовать товар, себя и розничную точку? Как повышать средний чек и делать допродажу?

Для кого: для продавцов-консультантов и руководителей торговых залов, которым важно усилить технологию продажи, увеличивать средний чек, «закрывать» сделки в сложных ситуациях с посетителями, приучать посетителей к конкретной точке продаж.

Какие проблемы решает тренинг:

- Трудные ситуации в розничных продажах
- Отсутствие результатов продаж, слабые результаты конверсии посетитель/покупка
- Необходимость для продавцов-консультантов быть убедительными, результативными в продажах
- «Трудные» покупатели
- Слабая работа с возражениями
- Слабое владение инструментами установления контакта и презентации в ритэйле
- Общие трудности в розничных продажах
- Незначительно развитый навык аргументации
- Владение технологии профессиональной продажи и инструментами удержания покупателей
- Слабые допродажи
- Некорректная или слабая коммуникация с клиентами

Цели тренинга:

- Увеличить количество покупок
- Усилить конверсию визит/покупка в рознице
- Освоить и отработать все этапы и методы продажи
- научиться преодолевать возражения и сомнения

В результате тренинга вы:

- Изучите и отработаете технологию продажи в рознице
- Усилите влияние на покупателей разного типа
- Попрактикуете все сложные этапы розничной продажи
- Отработаете алгоритм преодоления возражений
- Освоите убеждающую аргументацию в продаже
- Увеличите свой средний чек и продажи в целом

Все обучающие модули могут рассматриваться в контексте ситуаций, с которыми сталкиваются участники в своей рабочей деятельности.

Методы тренинга: мини-презентация, интерактивная мини-лекция, групповая дискуссия, работа в малых группах, ролевая игра, отработка инструмента, деловая игра, решение кейсов, разминка-энерджайзер.

Программа тренинга:

1. Основы розничных продаж (ритэйл)

- Составляющие успешного процесса продажи в рознице. В чем ответственность продавца-консультанта?
- Как пошагово готовиться к визитам покупателей и посетителей? Эффективная коммуникация и роли продавца-консультанта.
- **Практика:** определение уровня владения технологией продажи в рознице у участников обучения.
- 15 ступеней «лестницы принятия решения» в рознице (ритэйл).
- **Практика:** разбор основных ошибок в технологии розничной продажи.
- Ключевые навыки продавца-консультанта в рознице: навыки установления контакта, навыки презентации особенностей товара, навыки успешной очной презентации в торговом зале, навыки убеждения и др.
- Особенности товара. Умение презентовать профессионализм продавца-консультанта.
- Работа с товаром в торговом зале
- Алгоритм розничной продажи (ритэйл) в разных зонах торгового зала.
- Успешные и неэффективные фразы.

2. Типология покупок и покупателей

- Типология покупок и покупателей.
- Успешная коммуникация с разными типами покупателей.
- Особенности вербальной и невербальной коммуникации (комфортная дистанция, эффективные вербальные конструкции, тон голоса и проч.).
- **Практика:** отработка поведения с разными типами покупателей
- Как создавать долгие, взаимовыгодные отношения со значимыми посетителями/покупателями.
- Успешная работа в торговом зале и основы мерчандайзинга.

3. Начало успешной продажи в рознице (ритэйл)

- Эффективная подготовка к продаже: продавец-консультант, товар, зал
- Первое впечатление на визите покупателя.
- Методы создания контакта в розничных продажах (small talk, «включение», «подстройка и ведение» и пр.)
- Частые ошибки при начале коммуникации с покупателями.
- **Практика:** начало коммуникации с покупателями.
- Успешный алгоритм, чек-лист и скрипт начала коммуникации с покупателями.

4. Что мы продаем в рознице?

- Понятие товара, «добавленной стоимости» и потребностей.
- Виды потребностей, ценностей и «боли» покупателей. Ключевые индикаторы.
- Выявление потребностей, ценностей и «боли» покупателей. Ключевые типы вопросов. Успешный «скрипт» для данного этапа продажи.
- **Практика:** выявление потребностей и ценностей покупателей.
- Мини-диагностика «температуры» покупателя (готовность к покупке). Как «повысить температуру» покупателя?

5. Убеждающая презентация в торговом зале

- Когда и как презентовать товар? Использование товара в розничной продаже

- Убеждающая презентация. Как быть убедительным продавцу-консультанту? Активная и пассивная аргументация. Эффективные и «запрещенные» вербальные конструкции. Торговый зал, товар, экспертность продавца-консультанта. Отстройка от конкурентов.
- Универсальные методы аргументации и убеждения в рознице. Метод «свойство-выгода», метод «двусторонней аргументации» и проч.
- **Практика:** отработка эффективной аргументации.
- Как создавать личное влияние. Управление эмоциями. Может ли покупатель «продать» себе товар самостоятельно?
- Эффективная презентация цены товара.
- **Практика:** отработка презентации цены товара.
- Как «дожимать» продажу? Правила поведения продавца-консультанта на решающей части процесса покупки.
- Увеличение среднего чека. Методы успешной допродажи (cross sale, downsale, upsale). Товары для допродажи.
- Успешная коммуникация, сопровождающая сделанную покупку.

6. Трудные ситуации в продаже

- Основные причины появления сомнений и возражений у покупателей. Типология возражений.
- Частые ошибки в преодолении возражений.
- Пошаговый алгоритм преодоления возражений.
- **Практика:** отработка алгоритма преодоления возражений.
- Банк успешных ответов на все возражения.
- Типы «трудных» покупателей: требовательные, пассивные, гипербобщительные и др.
- **Практика:** убеждающая коммуникация с «трудными» покупателями.
- «Работающие» и «запрещенные» вербальные конструкции.
- Корректная коммуникация с покупателями в случае претензий. Правила работы с претензиями.
- Правила работы с очередью. Как не потерять покупателей?
- Разбор «проблемных» ситуаций участников тренинга.
- Стрессовые ситуации в работе продавца-консультанта.
- Проверенные методы понижения эмоционального накала («животик», «маятник», «стеклянный купол» и др.).
- Методы практического позитивного настроения для продавца-консультанта.

Ответы тренера на вопросы участников тренинга. Подготовка стратегии профессионального развития участников тренинга на основе полученной обратной связи от тренера в течение всего тренинга.

Запрос на тренинг направляйте по адресу alfaseminar@bk.ru, или заполните заявку на [cayme](http://cayme.ru).

Алексей Кузнецов – не теоретик, а практик, отлично владеющий спектром эффективных алгоритмов и техник продаж. Проверьте нашего профи на деле! Закажите тренинг по продажам и убедитесь сами!

www.alfaseminar.ru

Продажи. Холодные звонки. Холодные визиты. Телемаркетинг.



Продолжительность тренинга: 16 часов.

Холодные звонки и холодные визиты – это один из способов продать товары или услуги, расширить базу «теплых» контактов, развить новое направление. В Интернете много информации, как делать холодные звонки. Тогда почему у менеджеров по продажам все еще встречается страх перед звонками незнакомым людям и организациям? Бывает такое, что вам звонят, пытаются продать что-то и делают это неинтересно или агрессивно? Мало просто прочитать про холодные звонки, важно делать это профессионально, структурировано, весело, по-человечески, выделяться на фоне звонящих конкурентов, не так ли? Как начать холодный обзвон? Как выполнять норму по звонкам и встречам? Как обходить «секретарский контроль»? Как применять психологические методы воздействия в продажах? Когда презентовать, а когда это неуместно? Как презентовать себя и компанию? Как создавать доверительные отношения по телефону и на «холодных визитах»?

Для кого: для сотрудников и руководителей отделов продаж, которым важно усилить продажи, предотвратить уход клиентов, закрывать сделки в трудных ситуациях, развивать отношения с клиентами.

Какие проблемы решает тренинг:

- Трудные ситуации в продажах
- Отсутствие результатов продаж/слабые результаты продаж
- Необходимость быть более уверенным, убедительным, результативным в продажах
- Слабое владение инструментами установления контакта и презентации в деловой коммуникации
- Трудности с отстройкой от конкурентов
- Сложности в прохождении «секретарского барьера»
- Потребность в овладении техниками структурированной, профессиональной продажи
- Подверженность давлению и манипуляциям

Цели тренинга:

- усилить личное влияние в процессе продажи на холодных звонках или визитах
- освоить структуру и содержание продажи в телемаркетинге (на холодных звонках)
- отстроиться от конкурентов в телефонных продажах
- научиться преодолевать «секретарский барьер»
- выстраивать с клиентами партнерские отношения
- получить и усилить продающие моменты, освоить убеждающую коммуникацию

В результате тренинга вы:

- изучите и отработаете инструменты влияния в продажах на «холодных звонках» (телемаркетинг)
- освоите разные этапы в процессе продажи
- отработаете приемы преодоления «секретарского барьера»
- освоите мини-презентацию (пресэйл) компании, услуг и продукции
- преодолеете и отработаете «трудные» ситуации в «холодных продажах» (телемаркетинг)
- изучите основы эффективного управления временем специалиста по продажам

Все обучающие модули могут рассматриваться в контексте ситуаций, с которыми сталкиваются участники в своей рабочей деятельности.

Методы тренинга: мини-презентация, интерактивная мини-лекция, групповая дискуссия, работа в малых группах, ролевая игра, отработка инструмента, деловая игра, решение кейсов, разминка-энерджайзер.

Программа тренинга:

1. Основы холодных продаж (телемаркетинга)

- Компоненты успешной продажи. Эффективная подготовка к продаже.
- Практика: диагностика уровня владения навыками продаж у участников.
- Технология и приемы продажи.
- **Практика:** разбор основных ошибок в продаже.
- Значимые компетенции менеджера по продажам: навыки преодоления «секретарского барьера», навыки планирования и аналитики личных продаж, навыки эффективной телефонной презентации, навык убеждения, антистрессовый навык и др.
- Особенности услуги / продукта. Экспертность менеджера по продажам.
- Особенности телефонной коммуникации. Вербальная и невербальная составляющая.
- Типология «секретарей». Методы обхода.
- **Практика:** преодоление «секретарей разного вида.
- Алгоритм телефонного звонка. Успешный и неуспешный скрипт телефонной продажи.
- Убедительные и запрещенные фразы.
- **Практика:** телефонный звонок.
- Скрипт повторных звонков.

2. Карточка клиента

- Значимая информация о клиенте.
- Типология лиц, принимающих решения – ЛПРов. ЛВРы – лица, влияющие на решения.
- Способы выхода на ЛПРов. «Комитет» по принятию решения.
- Путь клиента. Особенности развития бизнеса клиентов.
- Адресные решения для клиентов.
- Работа с клиентской базой.
- Потребности и ценности клиентов. Профессиональные и личные потребности клиентов.
- Основы длительных, взаимовыгодных отношений с ключевыми клиентами.
- **Практика:** усиления контакта с клиентами в точках контакта.
- Эффективный тайм-менеджмент для менеджера по продажам. Правило Парето.

3. Телефонные продажи

- Самоанализ телефонной коммуникации и продажи.
- Подготовка к продаже
- Установление контакта по телефону и на встрече. Техники контакта
- Основные ошибки при установлении контакта с клиентами.
- **Практика:** контакт по телефону и на встрече.
- Скрипт «продажи» встречи с клиентом.
- «Уникальное торговое предложение», добавочная стоимость: как создавать и транслировать. Пресэйл.
- Виды вопросов, выявляющие потребности, ценности и «боли» клиентов/ЛПРов.
- **Практика:** выявление потребностей клиентов.
- Методы убеждения при взаимодействии с клиентами: самопрезентация, презентация компании и ее продукта / услуг.
- Отстройка от конкурентов.

4. Убеждающая презентация на встрече с клиентами

- Подготовка к встрече с клиентом.
- Актуальная типология клиентов. Психотипы клиентов.
- Мини-диагностика клиентов.

- Как создать доверие с разными типами клиентов.
- Методы эффективной аргументации «метод Сократа», метод двусторонней аргументации и проч. Как создавать личное влияние.
- **Практика:** отработка эффективной аргументации.
- Продвинутая техника продажи CORC в «холодных продажах» (телемаркетинге). Больше, чем продажа: развитие бизнеса клиентов.
- Эффективная презентация стоимости.
- **Практика:** отработка CORC-продажи.
- Ситуации позиционного торга.
- **Практика:** правила эффективного торга.
- Правила поведения менеджера по продажам при «закрытии» сделки.
- «Дожим» сделки.

5. Трудные ситуации в холодных звонках (телемаркетинге)

- Частые причины возражений. Основные виды возражений.
- Актуальные виды возражений и сомнений.
- Пошаговый алгоритм преодоления возражений.
- **Практика:** преодоление возражений.
- Основные ошибки в работе с возражениями.
- Корректная коммуникация с клиентами в случае претензий и отказов.
- «Добавочные выгоды» для значимых клиентов: гибкость индивидуальных условий, реклама, отсрочки и др.
- «Трудные» клиенты: требовательные, пассивные, манипулятивные и др.
- **Практика:** стратегии убеждения «трудных» клиентов.
- Влиятельные и некорректные фразы.
- Разбор важных кейсов участников обучения.
- Стресс в работе менеджера по продажам.
- Способы снятия стрессового состояния («маятник» и др.).
- **Практика:** методы преодоления стресса и его последствий.
- Методы активации энергии и «якорение» «ресурсного состояния» специалиста по продажам.

Ответы тренера на вопросы участников тренинга. Подготовка стратегии профессионального развития участников тренинга на основе полученной обратной связи от тренера в течение всего тренинга.

Запрос на тренинг направляйте по адресу alfaseminar@bk.ru, или заполните заявку на [cayme](#).

Алексей Кузнецов – не теоретик, а практик, отлично владеющий спектром эффективных алгоритмов и техник продаж. Проверьте нашего профи на деле! Закажите тренинг по продажам и убедитесь сами!

www.alfaseminar.ru

Психология продаж



Продолжительность тренинга: 8 часов.

Продажи – это самое результативное направление развития бизнеса. Чтобы быть профессиональным менеджером по продажам, продавцом-консультантом или менеджером по ключевым клиентам с высоким результатом и высоким доходом – важно быть лучшим среди равных! Если вы специалист по продажам, то вы должны уметь позитивно общаться с клиентами, включая «трудных клиентов», устанавливать ЛПР (лица, принимающие решения и лица, влияющие на решения), должны уметь адресно презентовать услуги/товары, выстраивать человеческий, «теплый» контакт, грамотно распределять время, вникать в особенности бизнеса клиентов. Это мастерство, доступное тем, кто точно знает и соблюдает пошаговый алгоритм продаж, при этом следует современным методам – например, выявлять ценности клиентов и плотно работать с позициями конкурентов. На данном тренинге по психологии продаж вы получаете и отрабатываете методологию современных продаж и, учитывая психологическую составляющую продаж, учитесь продавать профессионально, используя методы психологического воздействия, с учетом особенностей вашего продукта/услуги.

Для кого: для менеджеров по продажам, для специалистов по продажам в рознице, в B2B, в телемаркетинге; для руководителей отделов продаж, которые хотят усилить продажи в своих отделах.

Какие проблемы решает тренинг:

- Когда у вас нет стратегии продаж
- Когда есть проблемы на отдельных этапах продажи
- Когда важно оживить продающую коммуникацию с клиентами
- Потребность изучить и применять психологические методы воздействия на клиента
- Сложные ситуации в продажах
- Проблемы с «дожимом» продажи

Цели тренинга:

- Изучить психологические инструменты влияния и убеждения в продажах
- Усилить продажи методами убеждающей коммуникации
- Усилить личное влияние в ходе коммуникации с клиентами

В результате тренинга вы:

- Усилите пошаговое взаимодействие с клиентами, по основным шагам продаж по телефону и / или на встречах – и завершая «закрытием» клиентов на сделку
- Освоите инструменты психологического воздействия на клиента, в том числе в ситуациях контраргументации, преодоления конкурентного барьера
- Изучите и отработаете способы преодоления сложных ситуаций в продажах

Все обучающие модули могут рассматриваться в контексте ситуаций, с которыми сталкиваются участники в своей рабочей деятельности.

Методы тренинга: мини-презентация, интерактивная мини-лекция, групповая дискуссия, работа в малых группах, ролевая игра, отработка инструмента, деловая игра, решение кейсов, разминка-энерджайзер.

Программа тренинга:

1. Успешные продажи

- Составляющее результативной продажи.
- Психологические аспекты продаж, влияющие на результативность.
- Особенности продукции/ услуг участников.
- Экспертность менеджера по продажам как усиление продажи.
- Алгоритм и инструменты продажи. Целеполагание и коммуникация на каждом шаге алгоритма продажи.
- Инструменты влияния на клиента.
- Значимые навыки (компетенции) специалиста по продажам: целеполагание, анализ продаж, адресная презентация в контексте ценностей клиента, эмоциональный интеллект и др.
- Самооценка компетенций менеджера по продажам. Инструменты оценки и развития.

2. Технология эффективной продажи

- Частые ошибки на разных этапах продаж.
- Что входит в подготовку к продаже?
- Актуальные психотипы клиентов. Кто такие «трудные клиенты»?
- **Практика:** результативная коммуникация с клиентами разных типов.
- Как устанавливать контакт с разными клиентами. Продвинутые инструменты контакта.
- Инструменты убеждения клиентов. Пресэйл. Самопрезентация. Экспертная презентация продукта/ услуг организации.
- **Практика:** инструменты контакта.
- Инструменты адресной презентации для разных психотипов.
- Потребности и ценности. Матрица ценностей клиента.
- **Практика:** адресная презентация в контексте ценностей клиентов.
- Что не хватает до завершения сделки? Как «дожимать» «закрытие»?
- 5 лучших инструментов «гибкой» презентации стоимости.
- Долгосрочные взаимовыгодные отношения с клиентами.

3. Сложные этапы продажи

- Сомнения, отговорки и возражения. Частые причины появления возражений.
- Актуальные возражения в работе участников обучения.
- Современный поэтапный алгоритм преодоления возражений.
- «Сократовы вопросы», метод двусторонней аргументации, «бесконечность» и проч.
- **Практика:** преодоление возражений с помощью алгоритма преодоления возражений.
- Какие ошибки делают, преодолевая возражения?
- Корректная коммуникация в ситуациях отговорок, спора, возражений, сомнений.
- Эффективная коммуникация с клиентом в ситуациях жалоб, претензий.
- «Сложные» типы клиентов: требовательные, избегающие, манипулятивные и др.
- Эффективные стили поведения со «сложными» типами клиентов.
- Негативные и результативные фразы.
- Работа с частыми ситуациями участников тренинга.

4. Инструменты практической психологии для повышения результата в продаже

- Суть и методы личного влияния.
- Принципы, правила, психологические аспекты ассертивности (уверенности).
- Самоанализ на уровень владения инструментами уверенности.

- Привычные модели поведения, убеждения, эмоции: их влияние на коммуникацию с клиентами. Усиление влияния.
- **Практика:** личное влияние и власть в коммуникации.
- Психологические сложности в продаже.
- Как работать с психологическими барьерами.
- Инструменты управления эмоциональным фоном в эффективных продажах.
- **Практика:** воздействие на эмоциональный фон в коммуникации.
- Аргументы и контраргументы.
- Торг. Корректное поведение во время торга.
- Преодоление стресса и эмоционального накала в продажах.

Ответы тренера на вопросы участников тренинга. Подготовка стратегии профессионального развития участников тренинга на основе полученной обратной связи от тренера в течение всего тренинга.

Запрос на тренинг направляйте по адресу alfaseminar@bk.ru, или заполните заявку на [сайме](#).

Алексей Кузнецов – не теоретик, а практик, отлично владеющий спектром эффективных алгоритмов и техник продаж. Проверьте нашего профи на деле! Закажите тренинг по продажам и убедитесь сами!

www.alfaseminar.ru