

KLUCZ DO SKUTECZNEJ SPRZEDAŻY I OBSŁUGI KLIENTA

Autor: Jolanta Balicka
01.04.2008.
Zmieniony 01.04.2008.

Cel szkolenia:

Zorientowanie na klienta, tj. na jego potrzeby i oczekiwania, zwłaszcza na klienta tzw. „trudnego”. Umiejętność nawiązania kontaktu, porozumienia w sytuacji konfliktowej oraz asertywnego zachowania się. Sztuka skutecznej argumentacji. Nauczenie praktycznych metod pracy z klientem, pozwalających budować trwałe i satysfakcjonujące relacje. Sprzedawcy, przedstawiciele handlowi, wszyscy mający kontakty z klientami powinni nieustannie ulepszać narzędzia swojej pracy. Dzięki nim stanie się możliwe zwiększenie sprzedaży, a przez to wydajność i zyski przedsiębiorstw. Dzięki szkoleniu uczestnicy będą potrafili:

- skutecznie badać potrzeby klienta, tak aby dopasować produkt do jego potrzeb co wpłynie na zmniejszenie zastrzeżeń posprzedażowych. Uczestnicy nauczą się „programować” swoich klientów w sposób dla nich niedostrzegalny dzięki poznaniu technik NLP wykorzystywanych w procesie sprzedaży, aby zmaksymalizować sprzedaż swoich produktów. Uczestnicy nauczą się kształtować relację kupujący-sprzedający na głębszych poziomach komunikacyjnych na każdym etapie procesu obsługi i sprzedaży.

PROGRAM:

1. Rola skutecznej komunikacji w procesie sprzedaży

1.1. Techniki skutecznego mówienia:

- parafrazowanie,
- klaryfikowanie,
- kierowanie,
- odzwierciedlanie,
- podsumowanie

1.2. Znaczenie aktywnego słuchania

1.3. Komunikacja niewerbalna:

- Specyfika, rodzaje i funkcje aktów niewerbalnych
- Funkcje aktów niewerbalnych:
 - przekazywanie znaczeń,
 - ilustracja wypowiedzi,
 - wskaźniki emocji,
 - regulatory zachowań konwersacyjnych,
 - dopasowanie do sytuacji.

2. Etapy procesu sprzedaży i obsługi klienta.

2.1. Nawiązanie kontaktu z klientem:

- techniki nawiązywania kontaktu i budowania zaufania,
- dostrajanie głosu i używanie „słów kluczy”.

2.2. Badanie potrzeb klienta.

- Techniki zadawania pytań, ich rola w badaniu potrzeb:
 - pytania otwarte dla rozpoznania klienta i jego oczekiwań,
 - pytania o konkretną korzyść,
 - pytania dające możliwość wyboru,
 - pytania ukierunkowujące,
 - pytania hipotetyczne,
 - przekształcanie twierdzeń w pytania.

2.3. Wywołanie chęci zakupu w oparciu o budowanie skutecznej argumentacji.

- Techniki argumentacyjne w oparciu o trzy modalności NLP:
 - argumentacja wzrokowa,
 - argumentacja słuchowa,
 - argumentacja kinestetyczna.
- Dobór odpowiedniego słownictwa oraz sposobu prezentowania oraz argumentowania w oparciu o daną modalność.

-- Badanie modalności klienta.

2.4. Skuteczne sposoby zamykania transakcji.

- Zasady domykania transakcji techniki uzyskiwania odpowiedzi twierdzących.

3. Techniki sprzedaży.

3.1. Język NLP, jako siła sprzedaży.

- ?wiadome i pozytywne wykorzystanie słów: „SPRÓBUJ”, „NIE”,

„ALE”, „JE?LI”.

3.2. Implikacje, jako pozytywna sugestia:

- Implikowana jednoczesność.
- Implikowany skutek.

3.3. Presupozycje:

- Dotyczące czasu,
- Dotyczące świadomości.

3.4. Techniki sprzedaży:

- „drzwiami w twarz”;,
- „stopa w drzwiach”;,
- „ stopa w ustach”;,
- „niska piłka”;,
- „siła przykładu”;,
- „ingrაცია”;,
- „ograniczona ilość”.

4. Metody argumentacji cenowej.

- Metoda cen częściowych.
- Metoda pomniejszania.
- Metoda porównawcza.
- Metoda preferująca jakość.
- Metoda usług kompleksowych.
- Metoda zaszokowania.
- Metoda podawania różnicy.

5. Metody radzenia sobie z obiekcjami i zastrzeżeniami klienta.

- „tak – ale”;,
- „i zamiast ale”;,
- „pytania zwrotne”;,
- „pytania retoryczne”;,
- „wady, zalety”;,
- „dzielenie bądź mnożenie”;,
- „wyprzedzanie zarzutów”;,
- „zwłoka”.

Wszystkie zainteresowane osoby prosimy o kontakt z Magdaleną Tarasiuk, tel. 091 486 07 65, wew. 24, mt@izba.info