

Etapy rozmowy handlowej i techniki sprzedaży

Informacje o usłudze

Czy usługa może być dofinansowana?	Tak
Sposób dofinansowania	<ul style="list-style-type: none">wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników
Rodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Podrodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Dostępność usługi	Otwarta

Numer usługi		2019/08/21/26471/445049	
Cena netto	1 490,00 zł	Cena brutto	1 490,00 zł
Cena netto za godzinę	93,13 zł	Cena brutto za godzinę	93,13
Usługa z możliwością dofinansowania		Tak	
Liczba godzin usługi		16	
Termin rozpoczęcia usługi	2019-11-04	Termin zakończenia usługi	2019-11-05
Termin rozpoczęcia rekrutacji	2019-08-22	Termin zakończenia rekrutacji	2019-10-31
Maksymalna liczba uczestników		20	
Kategoria główna KU		Zarządzanie i organizacja	
Kategorie dodatkowe KU		Usługi	
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych		Certyfikaty: Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0	
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?		Nie	

Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	Nie
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	Tak

Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu	J.G.Training Jadwiga Gwóźdź		
Osoba do kontaktu	Malgorzata Pielka	Telefon	22 880 06 29
E-mail	malgorzata.pielka@jgt.pl		

Cel usługi

Cel biznesowy

Cele szkolenia: wzmocnienie uczestników w umiejętności zarządzania rozmową handlową, nabycie umiejętności sprawnego poruszania się po produktach, które można oferować w ramach cross-selling i up-selling, nabycie umiejętności rozumienia potrzeb klienta oraz jego oczekiwań w odniesieniu do oferowanych usług.

Cel edukacyjny

Uczestnicy nabędą wiedzę o: poszczególnych etapach rozmowy handlowej i świadomym zarządzaniu każdym z tych etapów, technikach sprzedaży stosowanych na poszczególnych etapach rozmowy handlowej, najczęstszych motywatorach zachowań klientów oraz jak na nie reagować. Uczestnicy nabędą umiejętności: budowania relacji z klientem sprzyjającej zwiększeniu sprzedaży, prezentacji kompleksowego rozwiązania dla klienta z uwzględnieniem cross-sellingu i up-sellingu, zastosowania poznanych technik sprzedaży, prezentacji produktu zgodnie z oczekiwaniami klienta, reagowania na postawę klienta.

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

Jedną z największych trudności w pracy handlowca jest praca z obiekcjami klienta. Każda osoba zajmująca się sprzedażą bezpośrednio wie, że pozornie prosta rozmowa handlowa składa się z kilku etapów, których prawidłowe przeprowadzenie może być czynnikiem decydującym o domknięciu sprzedaży lub jej odroczeniu, a nawet o rezygnacji klienta z naszych usług.

Rozumiejąc wyzwania jakie stoją przed handlowcami przygotowaliśmy szkolenie, którego celem jest przede wszystkim **wzmocnienie umiejętności płynnego działania na każdym etapie rozmowy handlowej.**

Program

1. Wprowadzenie do warsztatu. Zapoznanie uczestników, oczekiwania, kontrakt.

2. Sprzedaż wczoraj i dziś.

Uczestnicy poznają wymagania współczesnego rynku w odniesieniu do technik sprzedaży oraz oczekiwania klienta XXI wieku, czyli jak uniknąć „wciskania” towaru lub usługi.

3. Budowanie pozytywnej relacji z klientem jako sposób na zwiększenie sprzedaży.

W tym module uczestnicy poznają zasady budowania pozytywnych relacji z klientem w oparciu o czterostrefowy model zachowań C.G Yunga oraz koncepcję Briana Tracy. Uczestnicy dzięki zdobytej wiedzy będą potrafili lepiej radzić sobie z różnym rodzajem klientów i budować z nimi pozytywne relacje.

4. Etapy rozmowy handlowej.

Podczas tego modułu uczestnicy uporządkują swoją wiedzę o poszczególnych etapach rozmowy handlowej oraz poznają techniki wspierające każdy z tych etapów:

- identyfikacja potrzeb warunkiem sukcesu w sprzedaży i obsłudze klienta,
- dlaczego identyfikacja potrzeb sprawia trudności handlowcom?
- sposoby identyfikacji potrzeb klienta także pod kątem cross-sellingu i up-sellingu,
- algorytm identyfikacji potrzeb klienta - schemat postępowania,
- najczęściej popełniane błędy,
- psychologia potrzeb klientów,
- efektywna prezentacja produktu, czyli daj klientowi to, za co zechce zapłacić,
- prezentacja oparta na korzyściach wynikających ze zidentyfikowanych potrzeb klienta; model PCK,
- prezentacja oferty a prezentacja kompleksowego rozwiązania,
- technika prezentacji dodatkowych zalet produktu, czyli jak pozytywnie zaskoczyć klienta,
- finalizacja sprzedaży, czyli jak pomóc klientowi w podjęciu decyzji,
- psychologia podejmowania trudnych decyzji,
- techniki zamykania sprzedaży,
- najczęściej popełniane błędy.

5. Gry handlowe klientów, czyli jak nie dać się ograć i zdobyć uznanie klientów.

W tym module zostanie omówiony temat różnego rodzaju zachowań klienta. Uczestnicy poznają typologię „Gier Handlowych” klientów i poznają algorytmy efektywnego postępowania w radzeniu sobie z nimi.

6. Praktyczne zastosowanie poznanych technik.

Uczestnicy poprzez udział w symulacji rozmów z klientem będą mieli możliwość przećwiczenia poznanych technik i otrzymania konstruktywnej informacji zwrotnej zarówno od grupy jak i od trenera.

7. Podsumowanie szkolenia – indywidualny plan działań.

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnicy nabędą umiejętności:

- budowania relacji z klientem sprzyjającej zwiększeniu sprzedaży,
- prezentacji kompleksowego rozwiązania dla klienta z uwzględnieniem cross-sellingu i up-sellingu,
- zastosowania poznanych technik sprzedaży,
- prezentacji produktu zgodnie z oczekiwaniami klienta,
- reagowania na postawę klienta.

Grupa docelowa

Szkolenie kierujemy do pracowników działów klienta, doradców klienta, sprzedawców.

Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak danych					

Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	Andrzej Mika
-----------------	---------------------

Obszar specjalizacji	<p>Trener kompetencji menadżerskich. Przez 15 lat zdobywał doświadczenie w branży finansowej. Przeszedł wszystkie szczeble kariery zawodowej: od kasjera po Dyrektora Regionalnego, w tym 12 lat na stanowiskach menedżerskich. Odpowiadał za budowanie struktury sprzedażowej produktów bankowych w sieciach zewnętrznych. Jego zadania to rekrutacja pracowników, zarządzanie regionem południowej polski (ok 120 osób) oraz szkolenie podległych zespołów. Wdrażał najlepsze standardy pracy wśród kadry menedżerskiej i pracowników firmy będącej liderem usług multimedialnych. Od kilku lat swoje praktyczne doświadczenie wykorzystuje na sali szkoleniowej wdrażając wśród uczestników warsztatów najlepsze praktyki. Prowadzi warsztaty dla sprzedawców, pracowników biur obsługi klienta jak i dla kadry menedżerskiej będącej łącznikiem pomiędzy oczekiwaniami pracowników i wyzwaniem, jakie nakłada na nich biznes. Specjalizuje się w szkoleniach związanych z: podnoszeniem efektywności biznesowej i osobistej, umiejętności sprzedaży, obsługowych a także z komunikacji (również menedżerskiej), wdrażaniu kultury coachingowej w firmie, budowaniu efektywnych zespołów. Przełożenie teorii na praktykę ma dla niego kluczowe znaczenie, dlatego uczestnicy warsztatów otrzymują od niego gotową „skrzynkę z narzędziami” do praktycznego wykorzystania. Podczas szkoleń kieruje się podejściem systemowym i skoncentrowanym na rozwiązaniach. Wykorzystuje narzędzia psychometryczne takie jak; Extended DISC, MTQ48 Odporność psychiczna oraz ILM72 Zintegrowany Model Przywództwa.</p>
Doświadczenie zawodowe	
Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	<p>Projekty szkoleniowe i coachingowe realizował m.in. dla: Orange Finanse, Sieć Agencji PKO BP, Bank Millennium S.A., Energa S.A., Media Saturn Holding Group Polska, JTI Polska sp. z o.o., Toyota Bank S.A., i wielu innych.</p>

Wykształcenie	Absolwent Wydziału Zarządzania, Informatyki i Nauk Społecznych w Wyższej Szkole Biznesu w Dąbrowie Górniczej na Kierunku Socjologia reklamy i komunikacji międzyludzkiej oraz na Kierunku Psychologia Zarządzania. Dyplomowany Coachem Akademii Profesjonalnego Coachingu oraz największej i najstarszej szkoły coachingu w Europie Noble Manhattan Coaching - Practitioner Coach Diploma® (PCD®), Dyplomowany Trener Akademii Trenerów Grupowych, Psycholog Sprzedaży, Socjolog Reklamy i Komunikacji Międzyludzkiej.
---------------	--

Lokalizacja usługi

Adres: 02-548 Warszawa, woj. mazowieckie Szczegóły miejsca realizacji usługi:	Warunki logistyczne:
--	----------------------