

Sprzedaż Rozwiązań – The Challenger Sale. Szkolenie z wykorzystywania zaawansowanych technik sprzedażowych w kontekście sprzedaży rozwiązań.

Numer usługi 2024/07/08/8027/2213683

3 075,00 PLN brutto
2 500,00 PLN netto
170,83 PLN brutto/h
138,89 PLN netto/h

Kontrakt-OSH J. Gut,
W. Haman, R. Zych
Spółka Jawna



📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 18 h

📅 13.01.2025 do 14.01.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Organizacja

Sposób dofinansowania

wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

Program szkoleniowy jest przeznaczony dla:

1. Key Account Managerów, Doradców, Handlowców:

- Pragnących zwiększyć swoją efektywność sprzedażową w kontekście sprzedaży rozwiązań
- Chcących nauczyć się skutecznie pozyskiwać nowych kluczowych Klientów
- Dążących do budowania silnych relacji z Klientami i budowania ich lojalności
- Pracujących w różnych branżach

Grupa docelowa usługi**2. Przedsiębiorców:**

- Prowadzących własną działalność gospodarczą
- Chcących zwiększyć sprzedaż swoich produktów lub usług
- Poszukujących nowych sposobów na dotarcie do Klientów
- Pragnących budować silne i długofalowe relacje z Klientami

3. Menedżerów:

- Kierujących zespołami sprzedażowymi
- Pragnących usprawnić procesy sprzedażowe w firmie
- Chcących zmotywować swoich pracowników do osiągnięcia lepszych wyników
- Dbających o budowanie silnych relacji z Klientami

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

14

Data zakończenia rekrutacji	12-01-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	18
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego i skutecznego wykorzystania zaawansowanych technik sprzedażowych w kontekście sprzedaży rozwiązań. Usługa prowadzi do zdobycia umiejętności w zakresie pozyskiwania kluczowych klientów, budowania silnych i długofalowych relacji oraz tworzenia wartościowych ofert sprzedażowych, które będą trudne do powielenia przez konkurencję. Szkolenie prowadzi do zrozumienia i praktycznego zastosowania modelu The Challenger Sale.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą dotyczącą procesu koła zakupowego i budowania pozytywnego doświadczenia zakupowego.	Charakteryzuje proces koła zakupowego (kiedy kluczowi klienci kupują).	Wywiad ustrukturyzowany
	Rozróżnia etapy budowania pozytywnego doświadczenia zakupowego.	Wywiad ustrukturyzowany
	Opisuje sposoby przeprowadzania klienta od wczesnego zaangażowania do zgody na podpisanie umowy.	Wywiad ustrukturyzowany

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji	
<p>Przygotowuje i prezentuje wartość oferty sprzedażowej w oparciu o model The Challenger Sale.</p> <p>Zarządza procesem sprzedaży poprzez budowanie szerokiego wsparcia w organizacji klienta.</p>	<p>Opracowuje wartościową ofertę sprzedażową zgodnie z modelem Formuła 5K.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>	
	<p>Wykorzystuje techniki konstruktywnego nauczania w procesie sprzedaży.</p>	<p>Wywiad swobodny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>	
	<p>Przedstawia spersonalizowaną wartość oferty w odniesieniu do potrzeb klienta.</p>	<p>Wywiad swobodny</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Wywiad swobodny</p>	
	<p>Identyfikuje i opisuje trzy kluczowe role w procesie sprzedaży w organizacji klienta.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Wywiad swobodny</p>	
	<p>Stosuje techniki budowania szerokiego wsparcia w organizacji klienta.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Wywiad swobodny</p>	
	<p>Wyjaśnia, jak łączyć rozwiązania firmy z potrzebami klientów i poszczególnych interesariuszy.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Wywiad swobodny</p>	
	<p>Stosuje techniki negocjacyjne i perswazyjne w procesie sprzedaży.</p>	<p>Charakteryzuje różne techniki negocjacyjne (np. skubanie, niska piłka, zdechła ryba).</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Wywiad swobodny</p>
		<p>Wykorzystuje model wywierania wpływu R. Cialdiniego w procesie sprzedaży.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Wywiad swobodny</p>
		<p>Rozpoznaje sygnały zakupowe i buduje progresy w celu finalizacji ustaleń.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
		<p>Wywiad swobodny</p>	

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak, zaświadczenie potwierdzające uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak, zaświadczenie potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak, zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Przez lata specjaliści od sprzedaży efektywność wiązali z założeniem, że kluczem do sukcesu jest budowanie relacji z klientami i potencjalnymi nabywcami. Zbudowanie odpowiedniej relacji przekładało się na zaufanie, a to z kolei pozwalało lepiej zrozumieć świat i potrzeby klienta. W większości przypadków ta logika sprawdza się również dzisiaj. Zaufanie jest bazowym fundamentem budowania lojalności klienta, a ten zazwyczaj chętnie współpracuje z osobami, które darzy sympatią. Coraz częściej jednak rysuje się znacząca różnica w sposobie budowania zaufania. Brak presji, badanie motywów i potrzeb, parafrazowanie i tworzenie oferty zgodnie z wyobrażeniami klienta definiowały dotychczasowy model budowania zaufania. Tymczasem dzisiejsi klienci mają relatywnie mniej czasu na budowanie relacji, coraz częściej traktują swój czas jako inwestycję i stają się niecierpliwi, jeżeli w krótkim czasie nie usłyszą czegoś, co przyciągnie ich uwagę. Jest to konsekwencja następujących czynników:

- Postęp technologiczny i dynamiczne zmiany zachodzące w społeczeństwie wpłynęły znacząco na przyspieszenie trybu życia.
- Powszechny dostęp do informacji pozwala zaczerpnąć wiedzę o oferowanym produkcie, czy rozwiązaniu z wielu źródeł.
- Konkurencyjność rynku, która przekłada się na wiele opcji do wyboru.

Jak zatem w obecnej rzeczywistości stać się atrakcyjnym i zaufanym partnerem dla klienta? Dlaczego klient miałby poświęcać Tobie swój cenny czas? Z jakiego powodu byłby skłonny zrezygnować z opcji proponowanych przez konkurencję? Odpowiedź coraz częściej pojawia się w sprzedaży rozwiązań. Obecnie może ona przybierać różne formy, jednak ogólnie rzecz biorąc, pojęcie to odzwierciedla odejście od sprzedaży indywidualnych produktów (zazwyczaj opartej na cenie lub ilości) na rzecz szeroko pojętej sprzedaży „zestawów” produktów i usług. Kluczem do sukcesu jest stworzenie połączonych ofert, które nie tylko będą zaspokajać potrzeby klienta w unikalny i wartościowy sposób, ale również będą trudne do powielenia przez konkurencję. Najlepsze rozwiązania to takie, które są nie tylko wyjątkowe, lecz także trwałe. Chodzi o to, aby dostawca był w stanie zaproponować klientowi inny albo bardziej opłacalny sposób na zaspokojenie potrzeb niż ten, który oferuje konkurencja. W przypadku sprzedaży konkretnego zestawu rozwiązań konkurencja nie jest w stanie zaoferować klientowi dokładnie takiej samej gamy możliwości jak Twoja firma, dlatego dużo łatwiej jest uzasadnić wysoką cenę, gdy sprzedajesz rozwiązanie, niż wtedy, gdy stosujesz tradycyjną metodę sprzedaży produktu.

Poniżej przedstawiamy trzyczęściowy model sprzedaży, który naszym zdaniem będzie skutecznie budował Twoją konkurencyjność w oczach klienta i pozwoli Tobie wykreować wartość w oparciu o sprzedaż rozwiązań. Opiera się on na koncepcji The Challenger Sale Matthew Dixona oraz Brenta Adamsona i jest określany jako czwarta rewolucja w sprzedaży.

Cechy wyróżniające szkolenie Sprzedaż rozwiązań. The Challenger sale:

1. Praktyczne podejście - ćwiczymy realne sytuacje sprzedażowe:

- Nacisk na ćwiczenia praktyczne i symulacje rzeczywistych sytuacji sprzedażowych.
- Uczestnicy mają możliwość wypróbowania nabytych umiejętności w bezpiecznym środowisku pod opieką trenera praktyka

- Trenerzy zapewniają indywidualną opiekę i wsparcie - przygotowujemy do wykonywania realnych rozmów z klientami (budujemy użyteczne skrypty sprzedaży)

2. Skuteczny model The Challenger Sale:

- Program szkolenia oparty jest na narzędziach sprzedażowych, które pozwalają realizować wszystkie etapy procesu challenger
- Uczestnicy poznają techniki i sposoby na pozyskiwanie uwagi i zainteresowania klienta poprzez konstruktywne nauczanie, budowanie szerokiego wsparcia w organizacji klienta oraz kontrolowanie procesu sprzedaży poprzez budowanie progresów

3. Doświadczeni trenerzy:

- Trenerzy to praktycy z wieloletnim doświadczeniem w sprzedaży.
- Posiadają rozległą wiedzę i umiejętności, które przekazują w sposób angażujący i zrozumiały.
- Trenerzy są pasjonatami sprzedaży i chętnie dzielą się swoją wiedzą z innymi.

4. Interaktywny charakter:

- Szkolenie opiera się na interaktywnych metodach dydaktycznych, takich jak dyskusje, gry symulacyjne i case studies.
- Uczestnicy są aktywnie zaangażowani w proces i mają wiele okazji do wymiany doświadczeń.

5. Dostosowanie do potrzeb i specyfiki branży:

- Program szkolenia może zostać dostosowany do indywidualnych potrzeb klienta.
- Istnieje możliwość skoncentrowania się na specyficznych wyzwaniach i problemach, z którymi borykają się uczestnicy.
- 80% czasu na warsztacie to trening umiejętności z zakresu narzędzi sprzedaży challenger
- Dedykowany Skrypt Szkoleniowy „Sprzedaż metodą challenger”
- Badanie Talentów Sprzedażowych
- Merytoryczna dyskusja o kamizelkach ratunkowych z zakresu gier negocjacyjnych - Best Practise
- Unikalna Forma - Trening w oparciu o Case Study: “Jak dostarczyć wartość klientowi?” “Jak budować szerokie wsparcie w organizacji klienta?” “Jak budować wizerunek konsultanta biznesowego w oczach klienta?”

Program warsztatu:

Dzień 1 (10:00 – 17:00)

Moduł 1. Pozytywne i negatywne doświadczenia zakupowe.

- Przygotowanie do pozyskania kluczowego Klienta: jakim kluczowym klientom sprzedaję, jakie stoją przed nami wyzwania?
- Tworzenie wartości dla Klienta versus obniżanie opłat (ceny). Dlaczego sprzedaż rozwiązań?
- Wprowadzenie do koła zakupów i sprzedaży rozwiązań.
- Profil sprzedawcy, który buduje pozytywne doświadczenia zakupowe. Challenger vs. Pracus, samotnik, specjalista od problemów i specjalista od relacji – autodiagnoza.

Przerwa lunchowa (12:00 – 13:00)

Moduł 2. Umiejętność i zdolność pozyskiwania uwagi i budowania zainteresowania.

- Konstruktywne nauczanie w procesie pozyskiwania uwagi.
- Wizerunek handlowca jako konsultanta biznesowego.
- Przygotowanie do procesu sprzedaży – koło interesów.
- Angażujące otwarcie rozmowy, spotkanie, prezentacja – model Formuła 5K + FUN (praca na bazie studium przypadku uczestników warsztatu).
- Wizualizacja nowej perspektywy – nauczanie bez presji poprzez wykorzystanie elementów marketingu narracyjnego w modelu storytelling (studia przypadków uczestników warsztatu).

Moduł 3. Budowanie szerokiego wsparcia: kto jest kim w organizacji klienta? Wprowadzenie do trzech ról w organizacji klienta i sposoby współpracy z nimi.

- Wejście i poruszanie się u Klienta – struktura interesariuszy.
- Wprowadzenie trzech kluczowych ról w procesie sprzedaży w organizacji Klienta – zdefiniowanie strefy mierzalnych wartości (studia przypadku uczestników warsztatu).

Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera

Dzień 2 (09:00 – 16:00)

Moduł 4. Partnerstwo w sprzedaży - Angażowanie Klienta poprzez zindywidualizowany przekaz wartości.

- Budowanie wartości w oparciu o ważne potrzeby Klienta – wykorzystanie techniki green questions w procesie odkrywania ważnych interesów (studia przypadku uczestników warsztatu).
- Perspektywa „butów klienta” – spersonalizowany język korzyści na poziomie behawioralnym poprzez odniesienia do modeli decyzyjnych Klientów prof. Marstona.

Przerwa lunchowa (12:00 – 13:00)

Moduł 5. Kontrolowanie procesu sprzedaży – budowanie progresów i finalizacja ustaleń

- Diagnozowanie i stosowanie gier negocjacyjnych stosowanych w procesach sprzedaży: skubanie, niska piłka, zdechła ryba, imadło, nagroda w raj, konkurencja.
- Wykorzystywanie perswazji w procesie sprzedaży – model wywierania wpływu R. Cialdiniego.
- Diagnozowanie sygnałów zakupowych i budowanie progresów w celu finalizacji ustaleń – model Decision w procesie sprzedaży (studia przypadku uczestników warsztatu).

Walidacja efektów uczenia się (15:30 - 16:00)

Gry uzupełniające:

Operacja Strike Fighter

- Szkolenie prowadzone jest w grupach od 4 do 16 osób.
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 18 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: lista obecności.
- Przerwy na lunch i kawę wliczają się do godzin usługi.
- Zajęcia praktyczne: 6 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 12 godzin dydaktycznych

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Dzień 1. Moduł 1. Pozytywne i negatywne doświadczenia zakupowe.	Robert Zych	13-01-2025	10:00	12:00	02:00
2 z 9 Dzień 1. Przerwa lunchowa	Robert Zych	13-01-2025	12:00	13:00	01:00
3 z 9 Dzień 1. Moduł 2. Umiejętność i zdolność pozyskiwania uwagi i budowania zainteresowania.	Robert Zych	13-01-2025	13:00	14:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p>4 z 9 Dzień 1. Moduł 3. Budowanie szerokiego wsparcia: kto jest kim w organizacji klienta? Wprowadzenie do trzech ról w organizacji klienta i sposoby współpracy z nimi.</p>	Robert Zych	13-01-2025	14:30	16:45	02:15
<p>5 z 9 Dzień 1. Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera</p>	Robert Zych	13-01-2025	16:45	17:00	00:15
<p>6 z 9 Dzień 2. Moduł 4. Partnerstwo w sprzedaży - Angażowanie Klienta poprzez zindywidualizowany przekaz wartości.</p>	Robert Zych	14-01-2025	09:00	12:00	03:00
<p>7 z 9 Dzień 2. Przerwa lunchowa</p>	Robert Zych	14-01-2025	12:00	13:00	01:00
<p>8 z 9 Dzień 2. Moduł 5. Kontrolowanie procesu sprzedaży – budowanie progresów i finalizacja ustaleń</p>	Robert Zych	14-01-2025	13:00	15:30	02:30
<p>9 z 9 Dzień 2. Walidacja efektów uczenia się</p>	-	14-01-2025	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 075,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	170,83 PLN
Koszt osobogodziny netto	138,89 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Robert Zych

Specjalizuje się w projektach dla liderów, szefów oraz aktywnej sprzedaży. Pracuje zgodnie z wartościami Kontrakt – OSH.

Jest skoncentrowany na osiągnięciu efektów, tworzy warunki do rozwoju klientów i współpracowników. Pracuje w oparciu o metodologię Insight Discovery, DISC BAI, LESTAN z Yale School of Management. Jest coachem supervisorem Polskiej Izby Coachingu.

Współwłaściciel zarządzający Kontrakt OS, szef, trener, coach.

Od 1986 roku do 1993 handlowiec współpracujący z polskimi małymi firmami rodzinnymi. Do 1997 roku handlowiec i menedżer w globalnej korporacji. Od 1997 roku twórca i współwłaściciel Ośrodka Szkolenia Handlowców (OSH), który w 2002 roku połączył się z firmą Kontrakt w Grupę Szkoleniową Kontrakt-OSH. Odpowiedzialny za zarządzanie tą spółką. Współzałożyciel Polskiej Szkoły Coachingu Kontrakt i Polskiej Szkoły Trenerów Biznesu Kontrakt.

Autor książek dla liderów i handlowców: „Gen Sprzedawcy”, „Lider Sprzedaży”, „Klient w centrum uwagi” współautor książki dla szefów i coachów „Szef w roli Coacha” oraz książki jak rozwijają się zespoły „Szef w relacji z zespołem”.

Od 1997 roku zajmuje się prowadzeniem projektów szkoleniowych, nastawionych na osiągnięcie wyników i budowanie zaangażowania w organizacjach.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Narzędzia wdrożeniowe wspierające warsztat Sprzedaż rozwiązań. The Challenge sale:

1. Skrypt Szkoleniowy
2. Dostęp do Platformy Wdrożeniowej Quico
3. One Pagery Wdrożeniowe z narzędziami i algorytmami kluczowych umiejętności z zakresu sprzedaży rozwiązań i poszczególnych gier negocjacyjnych
4. Autodiagnoza kompetencji Challenger

5. Dostęp do Trenerów przez 3 miesiące po warsztacie - Mentoring Wdrożeniowy.

Informacje dodatkowe

- Zastrzegamy sobie prawo do zmiany terminu warsztatów w przypadku nie zebrania minimalnej liczby uczestników.
- Catering (przerwy kawowe, lunch), skrypt szkoleniowy.
- Do ceny należy doliczyć 23% podatku VAT.

Adres

ul. Niedźwiedzia 12/B

02-737 Warszawa

woj. mazowieckie

Kontakt



Robert Zych

E-mail robert.zych@kontraktosh.pl

Telefon (+48) 602 632 390