



Fundacja Rozwoju
Przedsiębiorczości
im. Prof. Jerzego
Dietla



Storytelling w sprzedaży jako skuteczne narzędzie pozyskiwania i utrzymywania klientów

Numer usługi 2024/10/24/7078/2379569

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 15 h

📅 12.12.2024 do 13.12.2024

1 200,00 PLN brutto

1 200,00 PLN netto

80,00 PLN brutto/h

80,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Handlowcy i zespoły sprzedażowe firm Dyrektorzy i managerowie działów sprzedaży
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	25
Data zakończenia rekrutacji	06-12-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	15
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

Usługa szkoleniowa obejmuje skuteczne przygotowanie do rozmowy z klientem w oparciu o umiejętność zadawania konkretnych pytań oraz zastosowania storytellingu jako narzędzia odpowiedzi na potrzeby klienta oraz pokazania wiarygodności produktu usługi.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>1. Uczestnik definiuje pytania niezbędne do zadania klientowi podczas rozmowy;</p> <p>2. Uczestnik wskazuje kluczowe elementy skutecznej historii</p> <p>3. Uczestnik definiuje poszczególne elementy struktury storytellingu</p> <p>4. Uczestnik charakteryzuje funkcje storytellingu w rozmowach z klientami</p>	<p>Ad. 1: Uczestnik wykorzystuje poznane pytania do stworzenia własnej bazy pytań w rozmowie z klientami i zadaje je podczas symulacji rozmów sprzedażowych</p> <p>Ad. 2 Uczestnik zwraca uwagę na obecność tych elementów w każdorazowej analizie historii</p> <p>Ad. 3 Uczestnik buduje historię w oparciu o konkretną strukturę</p> <p>Ad. 4 Uczestnik dostrzega różne typy historii w zależności od pełnionej przez nie funkcji i potrafi wskazać funkcję historii w konkretnej sytuacji rozmowy z klientem.</p>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>1. Uczestnik tworzy własną bazę pytań przydatną w rozmowie z klientami</p> <p>2. Uczestnik gromadzi historie przydatne w rozmowach z klientami</p> <p>3. Uczestnik tworzy historię zadowolonego klienta możliwą do wykorzystania w rozmowie z innym klientem</p> <p>4. Uczestnik tworzy historię do radzenia sobie z najczęstszymi obiekcjami klientów.</p>	<p>Ad. 1: Uczestnik posiada własną bazę pytań, którą wykorzystuje podczas symulacji rozmowy z klientem</p> <p>Ad. 2: Uczestnik wpisuje historie do tabeli przekazanej przez prowadzącą, a następnie używa ich w konkretnych sytuacjach</p> <p>Ad. 3: Uczestnik wykorzystuje tę historię podczas symulacji rozmowy</p> <p>Ad. 4: Uczestnik wskazuje historie, które mogą pomóc mu w radzeniu sobie z konkretnymi obiekcjami klientów.</p>	<p>Prezentacja</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Postawy społeczne:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Uczestnik używa historii w rozmowach z klientami w sytuacjach typowych i nietypowych 2. Uczestnik poszerza swoją bazę pytań służących analizie potrzeb klienta 3. Uczestnik udoskonala swoje umiejętności w zakresie dopasowania historii do potrzeb klientów i zwiększania wyników sprzedażowych. 	<p>Ad. 1: Uczestnik podaje kolejne zastosowania dla storytellingu w rozmowach z klientami i definiuje w jaki sposób zamierza z nimi pracować po szkoleniu</p> <p>Ad. 2: Uczestnik uzupełnia swoją bazę pytań o kolejne podczas trwania szkolenia i po jego zakończeniu</p> <p>Ad. 3: Uczestnik gromadzi kolejne historie, a podczas każdej kolejnej rozmowy z klientami ewaluje ich skuteczność w oparciu o techniki poznane na szkoleniu.</p>	<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p>

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Dokument potwierdzający 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?

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

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

Dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji

Program

Pierwszy dzień szkolenia:

1. Analiza potrzeb klienta i umiejętność zadawania odpowiednich pytań (1,5 h)
2. Podstawowe informacje o grupie docelowej
3. Współpraca z działem marketingu dla lepszego poznania klienta
4. Skąd czerpać wiedzę o kliencie?
5. Najważniejsze pytania do zadania w rozmowie z klientem
6. Cztery elementy, które kupują klienci

1. Wykorzystanie historii w rozmowach z klientami (1,5 h)
2. Najważniejsze elementy skutecznej historii
3. Funkcje storytellingu w komunikacji z klientem – burza mózgów
4. Argumentacja typu logos, pathos i ethos w rozmowie z klientem
5. Gromadzenie historii do wykorzystania z klientem

1. Konstrukcja skutecznej historii w rozmowach z klientami (2 h)
2. Dopasowanie historii do klienta – model bajki
3. Struktura skutecznej historii
4. Najważniejsze momenty kluczowej historii
5. Uproszczona struktura historii w odpowiedzi na pytania klientów
6. Zmiana emocji w storytellingu – skuteczne techniki

1. Opracowanie case studies przydatnych w pracy z klientami (2 h)
2. Praca grupowa
3. Zaprezentowanie efektów pracy grupowej
4. Sesja informacji zwrotnej i wyjaśnienie wątpliwości

Zakończenie pierwszego dnia szkolenia

Drugi dzień szkolenia:

1. Symulacja rozmowy z klientem – zadawanie pytań i wykorzystanie historii (3 h)

Każdy z uczestników po kolei wciela się w rolę sprzedawcy/handlowca rozmawiającego z klientem, podczas gdy druga osoba z pary jest klientem. Zadaniem sprzedawcy jest skuteczne poprowadzenie rozmowy sprzedażowej, tak aby zadać najważniejsze pytania, poznać potrzeby klienta i wykorzystać techniki storytellingu dla zbudowania więzi z klientem i skutecznej sprzedaży.

Każdy ze sprzedawców otrzyma informację zwrotną od innych uczestników szkolenia i prowadzącej

1. Najczęstsze obiekcje klientów i techniki radzenia sobie z nimi (2 h)
2. Wypisanie najczęstszych obiekcji
3. Rodzaje obiekcji klientów – podstawowy podział
4. Skuteczne techniki radzenia sobie z obiekcjami klienta
5. Wykorzystanie storytellingu dla radzenia sobie z obiekcjami klienta

1. Sytuacje trudne i nietypowe w rozmowach z klientami (3 h)
2. Najtrudniejsza sytuacja w rozmowie z klientem – wybrana sytuacja z praktyki danego zespołu handlowców
3. Analiza przyjętego rozwiązania i ewaluacja mocnych i słabych stron
4. Opracowanie skutecznej strategii radzenia sobie w sytuacjach podobnych
5. Zastosowanie storytellingu w sytuacjach trudnych i nietypowych na przykładzie sytuacji danego zespołu sprzedażowego
6. Symulacja rozmowy w sytuacjach trudnych i nietypowych

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	80,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	80,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Hanna Wiczanowska

Certyfikowany trener biznesu w ramach International Trainers & Facilitators Federation. Zaawansowany Srebrny Mówca (ACS) oraz Zaawansowany Brązowy Lider (ALB) według certyfikacji organizacji Toastmasters International.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Prezentacja i skrypt oraz dodatkowa literatura do samokształcenia.

Warunki techniczne

Platforma /rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa:

MS Teams Lub Google Meet

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji:

Google Meet

- 3 GB pamięci RAM,
- procesor z co najmniej 4 rdzeniami,
- procesor 1,6 GHz lub szybszy,
- architektura ARM64.

MS Teams

Windows 10/11,

Procesor CPU 1 GHz lub szybszym.

Pamięć RAM: 1024 MB.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik:

minimum łącze do 10 Mb/s

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów:

Acrobat Reader

Kontakt



Łukasz Kielan

E-mail l.kielan@frp.lodz.pl

Telefon (+48) 786 080 675