

PROFIT AGNIESZKA
PALA

Brak ocen dla tego dostawcy

Trening Skutecznej Sprzedaży

Numer usługi 2024/12/11/175541/2457951

📍 Zielonka / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 17.02.2025 do 18.02.2025

3 419,40 PLN brutto

2 780,00 PLN netto

142,48 PLN brutto/h

115,83 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Sposób dofinansowania

wsparcie dla pracodawców i ich pracowników

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest skierowane do osób zajmujących się sprzedażą, które pragną zwiększyć swoją efektywność w procesie sprzedażowym. Obejmuje to:

- Pracowników działów sprzedaży, którzy chcą rozwijać swoje umiejętności w zakresie psychologii sprzedaży, komunikacji oraz zarządzania lejkiem sprzedaży.
- Menedżerów sprzedaży odpowiedzialnych za zarządzanie zespołami sprzedażowymi oraz procesem sprzedaży w firmie.
- Przedsiębiorców i właścicieli firm, którzy pragną poprawić wyniki sprzedażowe swoich firm, poprzez lepsze zrozumienie potrzeb klientów i efektywne zarządzanie procesem sprzedaży.
- Osób początkujących w sprzedaży, które chcą szybko nabyć praktyczne umiejętności oraz narzędzia do skutecznego pozyskiwania i obsługi klientów.

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

18

Data zakończenia rekrutacji

16-02-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

24

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 przygotowuje uczestnika do samodzielnego zarządzania procesem sprzedaży poprzez zastosowanie psychologii sprzedaży, efektywne budowanie i zarządzanie lejkiem sprzedażowym, stosowanie technik komunikacyjnych oraz umiejętne prowadzenie rozmów handlowych

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozumie mechanizmy podejmowania decyzji zakupowych przez klientów.	Wyjaśnia jak różne potrzeby klientów (emocjonalne, funkcjonalne, społeczne) wpływają na ich decyzje zakupowe.	Test teoretyczny
Rozróżnia etapy lejka sprzedaży i wie, jak je optymalizować	Wskazuje narzędzia i metody do uszczelniania lejka sprzedaży.	Test teoretyczny
Stosuje techniki aktywnego słuchania w rozmowach sprzedażowych	Demonstruje umiejętność parafrazowania, klaryfikacji i odzwierciedlania w kontekście rozmowy sprzedażowej.	Test teoretyczny
Efektywnie komunikuje korzyści oferty dostosowane do potrzeb klienta.	Rozróżnia różne style komunikacji dostosowane do typu osobowości klienta.	Test teoretyczny
Buduje relacje z klientami, opierając się na zaufaniu i empatii	Dostosowuje swoje podejście do klienta, uwzględniając jego potrzeby i preferencje komunikacyjne.	Test teoretyczny
Radzi sobie z obiekcjami i skutecznie zamyka sprzedaż	Identyfikuje obiekcje klienta i stosuje odpowiednie techniki ich rozwiązywania.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, 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?

Tak, 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?

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji

Program

MODUŁ I: Psychologia sprzedaży

1. 3 najważniejsze potrzeby klientów w procesie sprzedaży

- Zrozumienie potrzeb emocjonalnych, funkcjonalnych i społecznych klientów.
- Jak rozpoznać, które z tych potrzeb dominują w danej sytuacji sprzedażowej.
- Dostosowanie oferty do zaspokojenia kluczowych potrzeb klientów.

2. 9 poziomów świadomości klientów

- Analiza różnych etapów świadomości klienta w procesie zakupowym.
- Jak dostosować komunikację sprzedażową do poziomu świadomości klienta.
- Techniki angażowania klientów na każdym z poziomów świadomości.

3. Jak kupuje mózg?

- Neurobiologia decyzji zakupowych: rola emocji i logiki.
- Jak wykorzystać wiedzę o mózgu w sprzedaży, by zwiększyć efektywność działań.
- Strategie wpływania na procesy podejmowania decyzji przez klientów.

4. Rodzaje sprzedaży a jej efektywność

- Porównanie różnych rodzajów sprzedaży (np. B2B, B2C, sprzedaż telefoniczna, online).
- Określenie skutecznych strategii sprzedażowych dla różnych rodzajów sprzedaży.
- Analiza efektywności sprzedaży w zależności od kontekstu i grupy docelowej.

MODUŁ II: Zarządzanie lejkiem sprzedaży

1. Prospecting – proces pozyskiwania klientów

- Techniki efektywnego pozyskiwania nowych klientów.
- Wykorzystanie narzędzi i mediów w procesie prospectingu.
- Budowanie bazy potencjalnych klientów, którzy będą skłonni do zakupu.

2. Budowa lejka sprzedaży

- Etapy lejka sprzedaży i ich znaczenie w procesie pozyskiwania klientów.
- Jak tworzyć lejek sprzedaży dostosowany do specyfiki firmy.
- Mierzenie efektywności lejka i jego optymalizacja.

3. Znajomość swoich liczb – praca na konkretnych wartościach

- Analiza i interpretacja danych sprzedażowych.
- Jak monitorować kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) w sprzedaży.
- Wykorzystanie danych do prognozowania wyników i podejmowania decyzji.

4. Uszczelnianie lejka sprzedaży

- Identyfikacja miejsc, gdzie następuje "utrata" potencjalnych klientów.
- Strategie poprawy konwersji na każdym etapie lejka sprzedaży.
- Wykorzystanie automatyzacji i narzędzi CRM do poprawy efektywności lejka.

MODUŁ III: Komunikacja w sprzedaży

1. Techniki aktywnego słuchania: parafraza, klaryfikacja i odzwierciedlenie

- Wprowadzenie do technik aktywnego słuchania i ich znaczenie w sprzedaży.
- Jak stosować parafrazowanie, klaryfikację i odzwierciedlenie, aby lepiej rozumieć potrzeby klienta.
- Budowanie zaufania i relacji poprzez umiejętność aktywnego słuchania.

2. Znaczenie słów w rozmowie handlowej

- Jak wybór słów wpływa na percepcję oferty przez klienta.
- Przykłady skutecznych i nieskutecznych zwrotów w rozmowie sprzedażowej.
- Jak unikać języka, który może wywołać negatywne skojarzenia u klienta.

3. Style komunikacji – jak się dogadać z różnymi klientami?

- Rozpoznawanie typów osobowości i stylów komunikacji klientów.
- Jak dostosować sposób komunikacji do charakterystyki klienta.
- Techniki efektywnej komunikacji z klientami o różnych preferencjach.

4. Budowanie relacji z klientem przez komunikację

- Jak nawiązywać trwałe relacje poprzez skuteczną komunikację.
- Rola empatii w sprzedaży – jak zrozumieć potrzeby klienta i dopasować ofertę.
- Techniki budowania zaufania i lojalności klientów.

MODUŁ IV: Rozmowa handlowa

1. Przygotowanie do rozmowy

- Jak efektywnie przygotować się do każdej rozmowy sprzedażowej.
- Analiza sytuacji i celów rozmowy – co chcesz osiągnąć?
- Tworzenie planu rozmowy i przygotowanie odpowiednich materiałów.

2. Wstęp do rozmowy (zimne telefony/kontraktowanie w sprzedaży)

- Jak rozpocząć rozmowę sprzedażową, aby przyciągnąć uwagę klienta.
- Techniki skutecznego kontraktowania i zarządzania oczekiwaniami.
- Jak zbudować autorytet i wiarygodność już na początku rozmowy.

3. Diagnoza potrzeb (rodzaje i kategorie pytań)

- Jak zadawać pytania, które skutecznie odkryją potrzeby klienta.
- Różne rodzaje pytań (otwarte, zamknięte, kontrolujące) i ich zastosowanie w praktyce.
- Jak prawidłowo formułować pytania, aby uzyskać wartościowe informacje.

4. Komunikowanie korzyści w odniesieniu do klienta

- Jak skutecznie przedstawiać korzyści oferty w kontekście potrzeb klienta.
- Różnica między cechą produktu a korzyścią dla klienta.
- Jak personalizować ofertę, by zwiększyć jej atrakcyjność.

MODUŁ V: Wartość i cena w sprzedaży

1. Klienci kupują wartość – praca z budowaniem wartości produktów i usług

- Jak budować wartość oferty w oczach klienta.
- Zrozumienie, co dla klienta oznacza wartość i jak ją wycenić.
- Jak przedstawić produkt w kontekście wartości, a nie tylko ceny.

2. Obrona ceny

- Jak skutecznie bronić ceny i uzasadniać ją klientowi.
- Praca z obiekcjami dotyczącymi ceny i wartości oferty.
- Jak nie obniżać ceny, a pokazać wartość, którą klient otrzymuje.

3. Strategia funkcjonowania na konkurencyjnym rynku

- Jak wyróżnić swoją ofertę na tle konkurencji.
- Analiza konkurencji: co robią dobrze, a co można zrobić lepiej.
- Jak adaptować ofertę do zmieniających się warunków rynkowych.

MODUŁ VI: Praktyka sprzedażowa

1. Teatr sprzedaży – pisanie scenariusza

- Jak stworzyć scenariusz rozmowy sprzedażowej, który będzie skuteczny i spójny.
- Praktyczne wskazówki, jak przygotować się do różnych scenariuszy rozmowy.
- Sposoby na radzenie sobie z trudnymi sytuacjami sprzedażowymi.

2. Gra improwizacyjna z zastosowaniem nowych umiejętności

- Symulacja rozmowy sprzedażowej z zastosowaniem omówionych technik.
- Jak wykorzystać techniki aktywnego słuchania i odpowiedniego komunikowania korzyści.
- Praca nad pewnością siebie i asertywnością w sytuacjach sprzedażowych.

3. Analiza i omówienie wyników z ćwiczeń praktycznych

- Podsumowanie ćwiczeń: co poszło dobrze, a co można poprawić?
- Feedback od trenera i grupy.
- Plany na dalszy rozwój umiejętności sprzedażowych po szkoleniu.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 9

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Psychologia sprzedaży	Rafał Augustyn	17-02-2025	08:00	11:00	03:00
2 z 9 Przerwa	Rafał Augustyn	17-02-2025	11:00	11:15	00:15
3 z 9 Zarządzanie lejkiem sprzedaży	Rafał Augustyn	17-02-2025	11:15	14:15	03:00
4 z 9 Komunikacja w sprzedaży	Rafał Augustyn	17-02-2025	14:15	17:00	02:45
5 z 9 Rozmowa handlowa	Rafał Augustyn	18-02-2025	08:00	11:00	03:00
6 z 9 Przerwa	Rafał Augustyn	18-02-2025	11:00	11:15	00:15
7 z 9 Wartość i cena w sprzedaży	Rafał Augustyn	18-02-2025	11:15	14:15	03:00
8 z 9 Praktyka sprzedażowa	Rafał Augustyn	18-02-2025	14:15	16:45	02:30
9 z 9 Walidacja	-	18-02-2025	16:45	17:00	00:15

Cennik

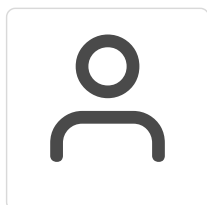
Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 419,40 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 780,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	142,48 PLN
Koszt osobogodziny netto	115,83 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Rafał Augustyn

Szkolenie prowadzi ekspert z ponad 15-letnim doświadczeniem w branży sprzedaży. Przez ponad 8 lat pełnił funkcje menedżerskie i dyrektorskie w obszarze sprzedaży, prowadząc zespoły handlowe do osiągnięcia ponadprzeciętnych wyników. Jako handlowiec, sprzedawał miesięcznie na kwoty przekraczające 1 milion złotych, zdobywając liczne nagrody, w tym tytuły "Handlowca Miesiąca" oraz "Managera Miesiąca".

Posiada ponad 10 tys. godzin doświadczenia "w terenie", bezpośrednio współpracując z handlowcami, oraz 8 tys. godzin mentoringowych, które poświęcił na rozwój zawodowy sprzedawców. Jako przedsiębiorca, stworzył trzy własne marki biznesowe i pracował z klientami z różnych branż, w tym medycznej, farmaceutycznej, finansowej, inwestycyjnej, edukacyjnej, rozwoju osobistego i wielu innych.

Jest również autorem e-booka dotyczącego narzędzi biznesowych, a z wykształcenia prawnikiem. Jako mentor i lider, jest niesamowitym motywatorem, który skutecznie inspirował do rozwoju oraz dążenia do sukcesów w sprzedaży. Posiada również doświadczenie w rekrutacji handlowców, przez 8 lat tworząc i rozwijając zespoły sprzedażowe. Jego wiedza i doświadczenie gwarantują, że uczestnicy szkolenia otrzymają praktyczne i sprawdzone narzędzia, które pozwolą im osiągnąć wybitne wyniki w sprzedaży.

W ciągu ostatnich 5 lat licząc wstecz od dnia rozpoczęcia usługi aktywnie działał w branży zbierając i umacniając swoje doświadczenie zawodowe i podnosił swoje kwalifikacje

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

skrypt szkoleniowy

Informacje dodatkowe

- Po zrealizowanym szkoleniu uczestnik otrzyma certyfikat potwierdzający uczestnictwo w szkoleniu - wymagane jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć.
- Uczestnicy zobowiązani są do podpisania listy obecności, potwierdzającej ich udział w usłudze.
- W trakcie każdego dnia szkoleniowego trwającego więcej niż 4 godziny uczestnicy mają prawo do co najmniej 1 przerwy, trwającej co najmniej 15 minut
- Szkolenie odbywa się w godzinach dydaktycznych tj. 1h = 45 min

Adres

ul. Ossowska 41A
05-220 Zielonka
woj. mazowieckie

Kontakt



Norbert Brodowski

E-mail norbertbrodowski1@gmail.com

Telefon (+48) 505 037 321