



БИЗНЕС-ШКОЛА
XXI ВЕК-КОНСАЛТ



EFMD



SEEMAN

Online и Offline

SALES SKILLS 1.0
КАК НАЙТИ И ПРИВЛЕЧЬ
НОВЫХ КЛИЕНТОВ

19 мая 2021 года

Обращаем Ваше внимание, пройти программу можно как **OFFLINE** (в аудиториях нашей бизнес-школы), так и **ONLINE** (в виртуальной аудитории) без потери качества и вовлеченности участников в образовательный процесс.

КОМУ ТОЧНО БУДЕТ ПОЛЕЗЕН ЭТОТ ТРЕНИНГ

МЕНЕДЖЕРАМ ПО ПРОДАЖАМ, которые хотят разобраться, что есть ваш продукт, как его продвигать на рынок и продавать новым клиентам.

РУКОВОДИТЕЛЯМ ОТДЕЛОВ ПРОДАЖ, которые хотят получить готовый sales-kit для отдела продаж, чтобы лучше управлять воронкой и конверсией.

ВАЖНО!

На тренинге вы не будете изучать, как преодолевать секретарский барьер, как одеваться на встречу, как вручить визитную карточку и прочие популярные вещи для базовых тренингов продаж. Мы будем говорить о тонких настройках: как продавать ЛПР, в том числе, не встречаясь с ним – по ZOOM или телефону, как работать с соперником сделки, как сформулировать оффер, бьющий точно в цель ЛПР и многое другое.

СТРУКТУРА ПРОГРАММЫ

ЧТО ТАКОЕ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННЫЕ ПРОДАЖИ. КАК ПОДГОТОВИТЬСЯ К ПРОДАЖЕ НОВОМУ КЛИЕНТУ

- Лидогенерация и продажи в разных сферах бизнеса. Inbound / Outbound leads, разница в подходах к обработке.
- Методы «выхода» на целевых новых клиентов. Как собрать детальную информацию и оценить «потенциал» нового клиента.
- Зачем клиенту покупать у нас. Основные критерии принятия решения о покупке, и как с ними должен работать профессиональный менеджер по продажам.
- Продукт (товар или услуга) / решение: в чем отличия? Как создать ценностное предложение.
- Кто наши конкуренты. Как отстроиться от конкурентов, даже если «у всех все одинаково».

Результат

Вы умеете составлять «Карту потенциального клиента», четко доносить, что и кому вы продаете, в зависимости от ЦА клиента и его задач, независимо от сложности вашего продукта.

ВЕДЕНИЕ ПЕРЕГОВОРОВ С НОВЫМ КЛИЕНТОМ. КАК РАБОТАТЬ С ПОТРЕБНОСТЯМИ КЛИЕНТА

- Приемы налаживания отношений с клиентом в самом начале переговоров. Как кратко и корректно расположить к себе человека, с которым вы планируете заключить сделку.
- Оценка потребностей нового клиента. Как изменились потребности покупателей в настоящее время. Какие приоритеты появились. Что стало неактуальным.
- Почему в изменившихся условиях ведения переговоров мы должны задавать другие вопросы и как это делать, что бы клиент не чувствовал себя как на допросе и не отказывался предоставлять нам важную информацию. Как правильно вопросы сформулировать.
- Как понять нужды, желания и ожидания вашего нового покупателя и в соответствии с ними представить свое предложение, грамотно отстроив его от конкурентов. Основные инструменты и приемы, которыми должен мастерски владеть менеджер по продажам на данном этапе.

Результат

Вы умеете составлять «Лист оценки потребностей нового клиента», четко понимаете, чего ждет от вас ваш новый клиент, и как не проиграть сделку конкурентам.

КАК ЗАКЛЮЧИТЬ ПРИБЫЛЬНУЮ СДЕЛКУ И ПОВЫСИТЬ ЛОЯЛЬНОСТЬ КЛИЕНТА

- Продажа преимуществ продуктов / решений вашей компании. Как сделать презентацию своего предложения, чтобы побудить нового клиента закупать предлагаемый вами продукт или решение в объемах и на условиях, соответствующих поставленной вами цели.
- Как показать новому клиенту выгоду от сотрудничества с вашей компанией и помочь ему в решении его задач и проблем с помощью вашего продукта.
- Как во время переговоров эффективно работать с ценой и стоимостью.
- Как не упустить момент готовности клиента к покупке и использовать наиболее подходящий способ завершения продажи.

Результат

Вместо монолога и презентаций на 50 слайдов про функционал, вы умеете вести качественный диалог с клиентом и, как следствие – рост конверсии leads в продажу.

КАК РАБОТАТЬ С ВОЗРАЖЕНИЯМИ НА РАЗНЫХ ЭТАПАХ ПРОДАЖИ НОВОМУ КЛИЕНТУ

- Обработка возражений на этапе выхода на нового клиента: «У нас уже есть поставщик», «Пришлите предложение по электронной почте (по факсу), мы изучим и сами вам позвоним», «Нам ничего не нужно», «Нас это не интересует», «Не сезон», «Нет денег».
- Как преодолеть ценовые возражения: «Дорого», «У нас бюджет на закупку меньше», «У других поставщиков аналогичный продукт / услуга стоит дешевле, поэтому дайте скидку», «Мы крупная компания с потенциально большими объемами закупок, поэтому дайте нам скидку»
- Возражения клиентов, возникающие после презентации предложения: «Мне надо подумать», «Нас не устраивают сроки поставки», «Сомневаемся в качестве...», «Давайте в следующий раз», «Мы пользовались подобными услугами и остались недовольны», «У вас нет вот этого: сервиса, доставки, рассрочки и т.п.»
- Планирование дальнейшей работы с клиентом.

Результат

У вас готовый sales kit и вы понимаете, как найти и привлечь новых клиентов.

ПРЕПОДАВАТЕЛЬ

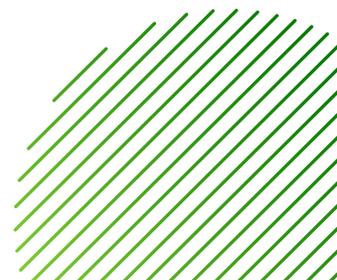


ИРИНА ТОЛКАЧ – Академический директор и преподаватель программ школы продаж и клиентских отношений БИЗНЕС-ШКОЛЫ XXI ВЕК-КОНСАЛТ, член AMS ASSOCIATION. Участник лидерских программ по методике BARRON ADVENTURES. Судья международной программы номинации в индустрии контакт-центров «Хрустальная гарнитура». Специализируется на преподавании и исследованиях в области лидерства, управленческой коммуникации и клиентских отношений.

Области научных интересов и консультационных проектов: «Лидерство в управленческой деятельности», «Оценка управленческого потенциала», «Организационная и экономическая психология», «Взаимоотношения работника и организации», «Корпоративная культура».

ДАТЫ ОБУЧЕНИЯ: 19 – 20 мая 2021 г. с 10.00 до 17.00

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ: 16 учебных часов.



Стоимость обучения для одного участника
550 BYN + 20% НДС.

ДОКУМЕНТ ОБ ОБРАЗОВАНИИ

Сертификат БИЗНЕС-ШКОЛЫ XXI ВЕК-КОНСАЛТ
и Справка об обучении государственного образца.

ЗАРЕГИСТРИРУЙТЕСЬ НА ОБУЧЕНИЕ У МЕНЕДЖЕРА ПРОГРАММЫ



ВЛАДИСЛАВА КУЛИКА

v.kulik@21vk.biz

+375 (29) 397 67 79

+375 (29) 700 67 79

+375 (17) 388 14 08

г. Минск, пр. Независимости, 169, Бизнес-центр
«XXI ВЕК» северное здание, 8 этаж

