



АКТИВНЫЕ B2B-ПРОДАЖИ

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ОБУЧЕНИЯ: 16 УЧЕБНЫХ ЧАСОВ

Большинство сделок срывается не потому, что продукт плохой. Продавец не вышел на нужного человека. Не выявил истинную потребность. Не смог убедительно ответить на возражения. Или просто не попросил о сделке в нужный момент.

Эта программа – системный курс по всему циклу B2B-продаж: от поиска клиента до подписи договора. Только конкретные инструменты, алгоритмы и разбор реальных ситуаций.

Курс предназначен для менеджеров по продажам B2B-сегмента, КАМ, менеджеров по развитию бизнеса и руководителей отделов продаж.

В результате обучения вы:

- Выстроите систему активного поиска и привлечения B2B-клиентов.
- Научитесь выявлять лиц, принимающих решения, и выстраивать с ними отношения.
- Освоите технологию выявления потребностей по методу SPIN.
- Получите работающие техники работы с возражениями и закрытия сделок.

СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

Система B2B-продаж

- Специфика B2B-продаж: чем отличается от B2C и почему работают другие правила.
- Цикл продажи в B2B: этапы, роли, типичные ловушки на каждом этапе.
- Портрет целевого клиента и как с ним работать.

- Источники поиска B2B-клиентов: холодный поиск, рекомендации, партнёры, входящий трафик.
- Воронка продаж: как настроить и измерять эффективность каждого этапа.

Первый контакт и выход на ЛПР

- Кто такие ЛПР, ЛВР и ЦПР: как понять структуру принятия решений в компании клиента.
- Способы выхода на ЛПР: холодный звонок, социальные сети, рекомендации, деловые мероприятия.
- Структура холодного звонка / письма, которая «открывает двери».
- Преодоление «фильтров»: как договориться с секретарём и помощником руководителя.
- Первое впечатление и доверие: как расположить к себе в первые минуты.

Выявление потребностей

- Почему выявление потребностей – важнейший этап B2B-продажи.
- Технология SPIN: ситуационные, проблемные, извлекающие и направляющие вопросы.
- Как задавать вопросы так, чтобы клиент сам сформулировал свою потребность.
- Работа с несколькими центрами влияния в одной компании.
- Фиксирование потребностей: что записывать и как использовать при подготовке предложения.

Презентация и ценностное предложение

- Структура убедительной B2B-презентации: не рассказывать о продукте, а решать задачу клиента.
- Как говорить о продукте и условиях сотрудничества на языке выгод для конкретного клиента.
- Адаптация выгод под разные роли: ЛПР, финансист, технический специалист.
- Коммерческое предложение в B2B: структура, типичные ошибки.

Работа с возражениями

- Природа возражений в B2B: что за ними стоит на самом деле.
- Классификация возражений: истинные, ложные, отговорки – и разная тактика работы.
- Алгоритм работы с отговорками.
- Алгоритм работы с возражениями.
- Работа с «нам не нужно», «не сейчас», «у нас уже есть», «пришлите КП», «у вас дорого» и другими возражениями и отговорками.

Закрытие сделки и работа с долгим циклом

- Сигналы готовности клиента к сделке: вербальные и невербальные.
- Техники закрытия: прямой вопрос, альтернатива, дедлайн, следующий шаг и другие.
- Как правильно «дожимать» затяжные сделки без потери отношений.
- Поддержание контакта при длинном цикле продажи: инструменты и периодичность.
- После сделки: как превратить клиента в источник рекомендаций.

ДОКУМЕНТЫ ОБ ОБРАЗОВАНИИ:

- Сертификат ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ КОМПАНИИ XXI ВЕК-КОНСАЛТ.
- Сертификат об обучении государственного образца.

СТОИМОСТЬ ОБУЧЕНИЯ:

Стоимость двухдневной программы со скидкой 25%

~~12 000 BYN + 20% НДС~~ **9 000 BYN + 20% НДС**