

Программа тренинга

«Инструменты активных продаж на B2B рынке»

Продолжительность тренинга: 1 день

Начало	в 9:00
Кофе-брейк	10:30 – 10:40
Перерыв	с 12:10 до 13:10
Кофе-брейк	14:40 – 14:50
Кофе-брейк	16:20 – 16:30
Окончание	в 18:00

Тема 1. Виды продаж

- Сегменты B2B рынка.
- Как выглядит воронка продаж, наложенная на этапы продаж.
- Основной фокус внимания в крупных продажах.
- Ключевые отличия активных продаж от пассивных.

Результат: Вы поймете основные этапы продаж, познакомитесь с ключевыми отличиями активного отдела от пассивного.

Тема 2. Поиск и сегментация потенциальных клиентов

- Как формировать холодную клиентскую базу?
- Какая информация о потенциальном клиенте необходима и где ее можно найти?

Результат: Вы рассмотрите все направления поиска и сбора информации о потенциальных клиентах.

Тема 3. Результативные "холодные" звонки

- Как добраться до потенциального клиента, преодолев секретаря?
- Как правильно преподнести Вашу компанию с лучшей стороны, показать все преимущества работы с Вами?
- Как преодолеть контактное сопротивление "Нам не интересно с Вами работать", "Мы уже работаем с другой компанией", "Нам ничего не нужно"?
- Стратегия работы с центрами восприимчивости, неудовлетворенности и власти в компании.
- Детальный скрипт разговора с "привратником" и клиентом.

Результат: Вы освоите технику осуществления "холодных" звонков потенциальным клиентам и получите продающий "скрипт" звонка.

Тема 4. Эффективные коммуникации с клиентами по методологии "СПИН"

- В какой последовательности расположены стадии встречи с клиентом?
- Что является эффективным результатом переговоров?
- Постановка вопросов по методу СПИН.
- В чем существенное отличие скрытой и явной потребности клиента?

Результат: *Самое важное в переговорах - это момент общения с клиентом один на один. Вы сможете овладеть методиками влияния и убеждения клиента с выгодой для него и достижением цели переговоров для Вас.*

Тема 5. Формирование ценности и работа с выгодами

- Соотношение цены и качества или как показать значимость Вашего предложения клиенту.
- Критерии выбора товара/услуги клиентом: на что стоит обратить внимание в ходе представления своего предложения.
- Как избежать возражений при продаже, используя выгоды?
- Оценка влияния на покупателя характеристик, преимуществ и выгод.

Результат: *Рассмотрение способов увеличения ценности Вашего предложения для клиента, уход от возражений и работа с выгодами.*

Тема 6. Этапы продаж

- Процесс принятия решения клиентом и этапы продаж.
- Стадия "оценки вариантов".
- Работа с "критериями" и "дифференциаторами".

Результат: *Вы рассмотрите этапы продаж, а также инструменты перевода клиентов на следующие этапы к завершению сделки.*

Тема 7. Стратегии работы с критериями

- Что влияет на процесс принятия решения клиентом?
- Какие методы используются для влияния на восприятие клиентом продукта?
- Работа с "жесткими" и "мягкими" дифференциаторами.
- Борьба с "уязвимостью" и разрешение вопросов "следствий".
- Практическая работа "Методы влияния на дифференциаторы продаж".

Результат: *Вы рассмотрите действенные методы влияния на критерии принятия решений клиентом, а также проработаете их на практике.*

Тема 8. Психология переговоров

- Организация эффективной личной встречи с клиентом.
- Миссия и этапы переговоров.
- Как увеличивать "бюджет" переговоров с выгодой для себя?
- Работа с ценой на завершающих этапах сделки.

Результат: *Вы научитесь устанавливать контакт с клиентом и добиваться устойчивого положительного результата в переговорах.*

Тема 9. Построение "Активного отдела продаж"

- Структура и основные характеристики активного отдела продаж.
- Роль руководителя отдела продаж.
- Стандарты работы менеджеров (оформленные документально).
- Отчетность отдела.

Результат: Вы получите готовый алгоритм создания "продающего отдела продаж", активно воздействующего на рынок, осуществляющего поиск и привлечение клиентов не от случая к случаю, а на регулярной планируемой основе.