

PROSPECTING.

Sztuka zdobywania nowych i odzyskiwania utraconych klientów.



Cel szkolenia

Celem szkolenia jest dostarczenie wiedzy i narzędzi dla skutecznego odzyskiwania utraconych i zdobywania nowych klientów. Pokażemy, które kompetencje determinują sukcesy w tym obszarze.

Korzyści ze szkolenia

Korzyści z tego szkolenia to działania, decyzje i inne aktywności, które doprowadzą do zwiększenia portfela klientów i w prostej linii zdecydują o rozwoju biznesu.

Program szkolenia

- Tworzenie efektywnej listy potencjalnych klientów
- Planowanie efektów sprzedażowych
- Wartościowanie klientów
- Techniki, które dają nam szansę na „wejście” do nowych klientów:
 - budowanie przyczółka w celu rozpoczęcia współpracy
 - echnika szybkiego „zaprzyjaźniania” się z klientem
 - lista skutecznych zdań z archiwum najlepszych handlowców
- Zasady umawianie spotkań z nowymi klientami
- Dlaczego boimy się telefonować do nowych Klientów?
- 1-sze bezpośrednie spotkanie sprzedażowe z klientem:
 - zasady wywierania 1-szego wrażenia podczas bezpośredniego spotkania z klientem
 - budowanie zaufania u naszego potencjalnego klienta
- Typy klienta a nasza postawa/zachowanie/sposób komunikacji w procesie sprzedaży
- Techniki prezentacji. Podstawowe zasady - wiedza w pigułce
- Najważniejsze zasady sprzedaży i negocjacji
- Etapy spotkania sprzedażowego
- Z czym handlowcy mają największy problem?
 - radzenie sobie z obiekcjami
 - zamykanie sprzedaży
- Sztuka Perswazji i Reguły Wywierania Wpływu na usługach skutecznego sprzedawcy
- Manipulacja „etyczna” (która finalnie przynosi korzyści obu stronom) - narzędzie skutecznej sprzedaży
- Asertywność a Empatia w stosunku do klienta. Wybór pomiędzy biznesem a uległością

- Działania posprzedażowe - bycie Menedżerem klienta
- Co robić, aby nie stracić dotychczasowych klientów? Lista elementarnych zasad.
- Jak „obudzić uśpionych” klientów?
- Jak odzyskać utraconych klientów?
 - Kiedy i do kogo telefonować?
 - Lista argumentów dla wznowienia współpracy
 - Mądra obrona przed atakiem = szansa na wznowienie współpracy
 - Pierwsze DECYDUJĄCE 3 zdania naszej rozmowy z klientem
- Sprzedaż rozpoczyna się w momencie, gdy klient mówi „NIE”. Czyli sprzedawca/negocjator w niekłamanym oczekiwaniu na słowo „NIE”

Metodologia szkolenia

Szkolenie to ma charakter interaktywny, gdyż w procesie uczenia się oraz zdobywania konkretnych umiejętności, w równym stopniu angażują wszystkich uczestników.

W czasie szkolenia tworzymy narzędzia dla uczestników, poruszając się w obszarach:

- ✓ pozyskiwania i utrwalania **wiedzy**
- ✓ zdobywania nowych **umiejętności**
- ✓ rzeczywistej refleksji nad naszymi **postawami**, które są „matrycami” naszego sukcesu.

- Ćwiczenia, rozwiązywanie realnych sytuacji, konkretnych problemów uczestników szkolenia przez nich samych z pomocą trenera (*ćwiczenia te są realizowane indywidualnie, w parach, w grupach*)
- Dyskusje moderowane
- Feedback trenera (*komentarze, oceny, naprowadzanie na optymalne rozwiązania = facylitacja, sugestie rozwiązań*)
- Analiza studiów przypadków (*case study's*)
- Odgrywanie ról - scenki + video feedback (*na życzenie klienta*)
- Interaktywne mini wykłady (*do 20% czasu szkolenia*)
- Indywidualne prace nad rozwojem kompetencji w określonych obszarach
- Testy i kwestionariusze (*uczestnicy dowiedzą się więcej na swój temat*)
- Gry i zabawy szkoleniowe (*„energizer's”*)

Metody, techniki ,narzędzia szkoleniowe



Powyższy program szkolenia jest autorskim programem trenera/partnera Centrum Edukacji i Biznesu. Wszystkie materiały chronione są prawami autorskimi ich autorów i właścicieli. Kopiowanie, modyfikowanie oraz transmitowanie elektronicznie lub w inny sposób, powielanie, wykorzystywanie i dystrybucja zawartych tu materiałów dozwolona jest wyłącznie za zgodą właściciela.