



СПЕЦИФИКАЦИЯ ТРЕНИНГА:

Аудитория: новые и опытные продавцы.

Продолжительность: 2-3 дня.

Размер группы: 6-12 человек.

Формат: Чтение, видео модели, видео упражнения, обсуждения в группе, упражнения на взаимосвязь, игра по собственному сценарию.

Проведение: Сертифицированный тренер Advance AG

ЭФФЕКТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ Effective Communications™

Концепция тренинга основана на модели CRP, которая описывает основные этапы взаимодействия с клиентом в формате "business-to-business".

Программа построена, исходя из идеи о том, что общение и работа с клиентом на каждом из этапов CRP происходит **как на деловом, так и на личном уровне**. Успешный результат достигается теми специалистами по продажам, которые учитывают влияние двух уровней на принятие решения клиентом, видят весь комплекс деловых и личностных потребностей клиента и эффективно используют эту информацию для позитивного влияния на клиента.

ЧЕМУ НАУЧАТСЯ УЧАСТНИКИ?

- собирать информацию о деловых и личностных потребностях клиента;
- анализировать все деловые и личностные факторы, влияющие на поведение и решения клиента;
- выстраивать эффективный процесс взаимодействия с клиентом, нацеленный на конкретный результат;
- тщательно анализировать потребности клиента, чтобы избежать расширения спектра услуг после заключения соглашения;
- использовать коммуникации для лучшего понимания собеседника и принятия обоснованного решения;
- ярко и адекватно демонстрировать свой продукт: его свойства и выгоды;
- эффективно работать с возражениями и сложными вопросами.

Цель тренинга "Эффективная коммуникация" - повышение эффективности работы с клиентом на каждом этапе процесса взаимодействия через отработку навыков коммуникации.



СОДЕРЖАНИЕ ТРЕНИНГА

Модуль 1. Цикл взаимодействия с клиентом

- Понимание процесса взаимодействия с клиентом, содержания каждого этапа.
- Факторы, влияющие на продажу и процесс взаимодействия с клиентом.

Модуль 2: Изучение: сбор информации о потребностях и ожиданиях клиента.

- Понятия “потребность” и “возможность”.
- Явные и скрытые потребности клиента.
- Основные личные и организационные потребности клиента.

Модуль 3: Демонстрация решения

- Понятия “характеристика”, “выгода” продукта/услуги.
- Экспертное предложение, удовлетворяющее потребности клиента.
- Алгоритм экспертного предложения.
- Презентация решения (комплексного решения, удовлетворяющего все потребности клиента).
 - Структурирование информации согласно цели презентации (“золотое правило презентации”);
 - Определение общих и специфических выгод для данной аудитории;
 - Ведение презентации.

Модуль 4: Завершение

- Получение конкретного обязательства от клиента.
- Суммирование выгод и договоренностей.
- План дальнейших действий.

Модуль 5: Негативные реакции клиентов.

Типы реакций: скептицизм, возражения. Причины возникновения на разных этапах взаимодействия с клиентом

Модуль 6: Преодоление скептицизма

- Суть и причины скептицизма клиентов.
- Инструменты, которые можно использовать в качестве доказательств слов продавца.

Модуль 7. Преодоление возражения

- Возражение из-за непонимания и возражение по недостатку.
- Использование пробирования и поддержки для преодоления возражений из-за непонимания.
- Техника “перевешивания выгодами” для преодоления возражений по недостатку.



” Мы изучаем иностранные языки со школы, чтобы быть понятыми. Ни у кого из нас не вызывает сомнения тот факт, что знание иностранного языка как инструмента, позволяет нам эффективно общаться с представителями других стран и национальностей. Но как часто мы задумываемся о том, как мы говорим, что мы говорим и что мы слышим, находясь в привычной рабочей или личной обстановке? Почему наши коммуникативные навыки мы воспринимаем как нечто само собой разумеющееся?

Анастасия Чучалина, ведущий тренер Advance AG