



В условиях многообразия конкурентных предложений покупатели имеют представление (слишком часто ошибочное) о своих потребностях, регулярно встречают информацию о товарах / услугах, которые собираются приобрести:

- на первый взгляд в товаре достаточно просто разобраться (свой опыт, мнение знакомых, открытые источники информации),
- предлагаемые рынком продукты условно одинаковы и
- любая новинка практически молниеносно копируется конкурентами.

Поэтому потребители хотят упростить сделку до операционного уровня – максимально сэкономить как на цене, так и на усилиях по его приобретению. Клиент не видит ценности в поставщике и предпочитает выбирать среди нескольких компаний, легко переключаясь на того, кто предложит чуть лучшие условия. И единственным оправданием наличия продавца в торговом зале (вместо создания Интернет-магазина с развитой системой доставки) становится перевод продажи в консалтинговый формат – активное формирование убеждения, что товар является технически сложным и требует вдумчивого подхода к выбору. И именно от активности и грамотности продавца зависит судьба сделки. Для решения этой задачи предлагаем тренинг:

АКТИВНЫЕ ПРОДАЖИ

В отличие от классической модели продаж¹, в данном тренинге этап «Выявления потребностей» осознанно игнорируется в пользу презентации по 4 группам ценностей с мотивацией достижения / избегания. Такой подход применяется при сформированной потребности клиента, низкой значимости продавца для сделки и позволяет экономить время на коммуникацию с клиентом.



Цели тренинга

Тренинг развивает навыки активных продаж и уверенного взаимодействия с клиентом, грамотного позиционирования себя и компании, работы с возражениями и критикой клиента



Знания и навыки

- Влияние на клиента на всех этапах: от входа в помещение продавца до отгрузки продукции / получения услуги
- Перевод сделки от операционного характера в консалтинговый формат
- Уверенное поведение при обсуждении цены. Грамотное завершение переговоров

¹ В классической теории сделка проходит пять последовательных этапов: КОНТАКТ – ВЫЯВЛЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ – ПРЕЗЕНТАЦИЯ – РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ – ЗАВЕРШЕНИЕ



Содержание программы

1 | Планирование продажи

- Воронка продаж. Оценка персональной эффективности
- Принцип деления территории. Навык планирования рабочего дня
- Само-мотивация

2 | Создание доверия

- Приветствие и демонстрация отношения. Элементы визуального контакта:
 - дистанция
 - улыбка
 - приветствие: момент для обращения, фразы начала разговора, сценарии разговора
- Презентация компании / должности / СЕБЯ
- Техника комплиментов
- Формирование образа эксперта. Навыки уверенного поведения: вербальные и невербальные сигналы

3 | Формирование желания

- Четыре группы ценностей клиента
- Связь потребностей клиента с характеристиками и преимуществами продукта: «Характеристика – Преимущество – Выгода»
- Мотивация «достижения / избегания»
- Демонстрация:
 - товара в действии (образцы)
 - работа с каталогом
 - дизайн решения

4 | Работа с возражениями

- Создание доверия для предотвращения скрытых возражений
- Три техники активного слушания
- Выявление и изоляция скрытых возражений
- Работа с явными возражениями
 - уточнение приоритетов
 - расширение границ
 - аргументация
- Унифицированные ответы на типичные возражения:
 - «пока не надо...» / «Я подумаю..., посоветуюсь...» / «Дорого...»
- Расширение границ представлений и развитие интереса (рефрейминг)
- Взаимодействие со справедливой и несправедливой критикой. Негативное поведение посетителя

5 | Побуждение к действию

- Три прямых запроса к действию
- Восемь не прямых факторов влияния совершить сделку
 - **«решение принято»:** предварительная договоренность / «верхняя полка» / социальное одобрение
 - **«пустяк»:** как мало ... тратите / «отсутствие риска»
 - **«как много получаете»:** прямые выгоды / выгоды отношений / выгоды в будущем

6 | Продажа дополнительных товаров

- Концепция «infinity card»



Формат бизнес-тренинга



standard-learning **2** дн. по **8** ч.
или micro-learning **4** дн. по **4** ч.



оптимальное количество
участников **14 ... 18** чел.



соотношение теории и
практики **15% / 85%**

Контроль результата

Программа включает все этапы: от диагностики до аттестации степени освоения навыка участниками. Для повышения вероятности внедрения навыков на рабочем месте, мы предлагаем более 20 интервенций:



определение ключевых
компетенций специалиста по
продажам необходимых для
достижения целей компании



разработка **уникальной**
программы и до 85%
практики в **кейсах** на базе
реальных ситуаций



балльная система оценки
поведения участников во
время тренинга и при
выполнении пост-заданий



групповой **отчет** по тренингу,
и **рекомендации** по развитию
компетенций



раздаточные **материалы** и
пост-**задания** для повышения
эффективности тренинга



консультация и **аттестация**
участников через 14 и 30
дней после тренинга