

„Rozmowy handlowe i sprzedaż z wykorzystaniem technik NAO”

Cele szkolenia:

- Wykształcenie umiejętności określania własnych celów handlowych i potrzeb klienta
- Kształtowanie zdolności aktywnej komunikacji z klientem
- Poznanie i nabycie umiejętności stosowania technik nieinwazyjnej analizy osobowości w rozmowach handlowych i sprzedaży
- Nabycie umiejętności sterowania rozmową z klientem
- Poznanie mechanizmów podejmowania decyzji przez klientów
- Nabycie umiejętności radzenia sobie z obiekcjami klientów
- Poznanie zasad budowania skutecznej prezentacji i oferty handlowej
- Budowanie zaangażowania w tworzenie wysokiego standardu obsługi klienta
- Zwiększenie wydajności osobistej i grupowej w realizacji zadań.
- Budowanie motywacji osiągnięć oraz pracy nad sobą.

***Jeśli chcesz coś osiągnąć -
szukasz sposobu
Jeśli nie chcesz- szukasz
wy tłumaczenia***

PROGRAM

Profesjonalna komunikacja

- Struktura profesjonalnego dialogu (*wstęp, rozwinięcie, zakończenie*)
- Przekaz werbalny i niewerbalny
- Pytania: zamknięte, otwarte, sugerujące
- Aktywne słuchanie
- Zastosowanie języka korzyści w rozmowach

Przygotowanie do rozmów sprzedażowych

- Efekt WOW - ja budować „dobre” pierwsze wrażenie?
- Znaczenie komunikacji niewerbalnej dla zwiększenia pewności siebie i siły oddziaływania prezentowania siebie – gesty, mimika, głos, kontakt wzrokowy, postawa, zachowania przestrzenne
- Wyodrębnienie i przećwiczenie umiejętności psychologicznego przygotowania do rozmów (samomotywacja, zwiększenie pewności siebie, autoprezentacja- profesjonalny wizerunek sprzedawcy, nastawienie na sukces).

Co mówi o nas nasz wygląd?

- elementy analizy kolorystycznej i doboru stroju
- symboliczne znaczenie kolorów
- wybór koloru ubioru jako wyraz dążeń, preferencji i ukrytych pragnień
- znaczenie kolorów garderoby oraz dodatki i akcesoria jako komunikat dla klienta , partnera biznesowego, rozmówcy

Rozmowa sprzedażowa

- Najważniejsze pierwsze 10 sekund -inicjowanie profesjonalnego kontaktu,
- Jak zaskoczyć i zainteresować klienta?
- Zadawanie pytań handlowych.
- Aktywne słuchanie i odkrywanie potrzeb klienta

Perswazyjne przedstawienie oferty z wykorzystaniem języka korzyści

- Prezentacja oparta na potrzebach Klienta
- Prezentowanie korzyści, które kupuje Klient w oparciu o analizę typu Klienta na podstawie wyglądu
- Utrzymywanie uwagi Klienta na korzyściach

Obiekcje Klienta

- Rozpoznawanie potrzeb, intencji stojących za obiekcjami klienta
- Sposoby efektywnej argumentacji swojej pozycji. Techniki: parafraza, podsumowania, lustra, poparcia.
- Techniki wywierania wpływu w procesie sprzedaży (presupozycje)

Finalizacja sprzedaży

- Wychwytywanie sygnałów gotowości do zakupu
- Jak przyspieszyć decyzję o zakupie
- Finalizacja rozmowy
 - a. zakończonej sukcesem
 - b. nie zakończonej sprzedażą

Opieka po-sprzedażowa

- Jak dbać o utrzymanie dobrych relacji z klientem?