



- ПРОЕКТ «ПЕРЕГОВОРНЫЕ ИГРЫ» ПРЕДЛАГАЕТ РАЗНООБРАЗНЫЙ ФОРМАТ ОБУЧАЮЩИХ МЕРОПРИЯТИЙ, ИМЕЮЩИХ СЛЕДУЮЩИЕ ОСНОВНЫЕ ФОРМАТЫ
- Наша основная идея:
 - ✓ внедрение эффективного формата обучения, построенного на игре;
 - ✓ изменение самого подхода к переговорному процессу, построение отношений на основе взаимного уважения

1. ТРЕНИНГ – ИГРА «ПЕРЕГОВОРЩИК. ВЫСШАЯ ЛИГА»

- Продолжительность: 2 дня по 8 часов.
- Аудитория: отдельный сегмент бизнеса (риелторы, отделы продаж застройщика, банковский сектор, др.), общая аудитория (специалисты из разных сфер активных продаж).
- Численный состав участников: до 80 человек.
- Формат: первая половина каждого из дней – информация и закрепление в специальных упражнениях, позволяющих «прокачать» определенную часть навыка; вторая половина – работа в кейсах в соревновательном формате, комментарии экспертов.
- Содержание: первый контакт с клиентом, выстраивание доверительных отношений, техники влияния, самопрезентация, отработка возражений по телефону и при личном контакте, этапы, стили и уровни переговоров, типология личности клиентов.
- Стоимость: по договоренности с заказчиком.
- В программу, формат, время проведения возможно внесение корректировок по предварительному согласованию с заказчиком.

2. КОУЧ – СЕССИЯ «НАВЫК НОМЕР ОДИН. ПОДГОТОВКА ПЕРЕГОВОРЩИКОВ»

- Продолжительность: 2 дня по 8 часов.
- Аудитория: отдельный сегмент бизнеса (риелторы, отделы продаж застройщика, банковский сектор, др.), общая аудитория (специалисты из разных сфер активных продаж).
- Численный состав участников: до 30 человек.
- Формат: индивидуальная и углубленная работа с участниками. Информация и закрепление в специальных упражнениях, позволяющих «прокачать» определенную часть навыка. Работа в группах, оценка результатов, коррекция. Выполнение и проверка тренерами домашнего задания, работа в кейсах для закрепления навыка и устойчивого результата.
- Постобслуживание участников в течение 30 дней.
- Содержание: первый контакт с клиентом, выстраивание доверительных отношений, техники влияния, самопрезентация, отработка возражений по телефону и при личном контакте, этапы, стили и уровни переговоров, типология личности клиентов.
- Стоимость: по договоренности с заказчиком.
- В программу, формат, время проведения возможно внесение корректировок по предварительному согласованию с заказчиком.

- **3. «ПОЛНЫЙ КУРС ПОДГОТОВКИ БИЗНЕС – ПЕРЕГОВОРЩИКА»**
- Продолжительность: 4 дня по 7 часов.
- Аудитория: отдельный сегмент бизнеса (риелторы, отделы продаж застройщика, банковский сектор, др.), общая аудитория (специалисты из разных сфер активных продаж).
- Численный состав участников: до 20 человек.
- Формат: последовательное изучение всех информационных блоков (уроков) с использованием презентаций, тестов, видео/аудио формата, индивидуальная и углубленная работы в кейсах, специальных упражнениях, позволяющих «прокачать» определенную часть навыка. Работа в группах, оценка результатов, коррекция. Выполнение и проверка тренерами домашних заданий. Экзамен по окончании курса, рекомендации для дальнейшего развития, постобслуживание в течение 30 дней.
- Содержание: первый контакт с клиентом, выстраивание доверительных отношений, техники влияния, самопрезентация, телефонные переговоры, взаимодействие с «холодными» клиентами, отработка возражений по телефону и при личном контакте, этапы, стили и уровни переговоров, типология личности клиентов и вариативность поведения, постобслуживание клиентов, переговоры с контрагентами и партнерами, стресс-переговоры.
- Стоимость: по договоренности с заказчиком.
- В программу, формат, время проведения возможно внесение корректировок по предварительному согласованию с заказчиком.

• **4. ОДНОДНЕВНЫЕ ТРЕНИНГИ ПО ОТДЕЛЬНЫМ БЛОКАМ ИНФОРМАЦИИ/УРОКАМ.**

- Возможно объединение блоков/уроков с уменьшением объема и времени по каждому из них по предварительной договоренности с заказчиком
- Продолжительность: 8 часов.
- Численный состав участников: без ограничений.
- Формат: информация и закрепление в специальных упражнениях, позволяющих «прокачать» определенную часть навыка, работа в кейсах для закрепления результата, использование видео/аудио формата.
- Стоимость: по договоренности с заказчиком.

• **□ КАК СДЕЛАТЬ «ХОЛОДНОГО» КЛИЕНТА «ТЕПЛЫМ» ЗА ПЕРВЫЕ 5 МИНУТ ОБЩЕНИЯ**

- Аудитория: отдельный сегмент бизнеса (риелторы, отделы продаж застройщика, банковский сектор, др.), общая аудитория (специалисты из разных сфер активных продаж).
- Содержание: информация и управление информацией, правила выстраивания первого впечатления о себе, невербальные методы общения, влияние внешности при первом контакте, техника комплимента, презентация, точки контакта с клиентом, снижение стартового уровня агрессии клиента, философия продаж, уверенность и доброжелательность (как развивать), ментальные установки в продажах, этапы переговоров, подготовка к переговорам.

• **□ КАК СДЕЛАТЬ ПРОДАЮЩУЮ САМОПРЕЗЕНТАЦИЮ, И КАК ИСПОЛЬЗОВАТЬ ЕЕ МАКСИМАЛЬНО ЭФФЕКТИВНО**

- Аудитория: отдельный сегмент бизнеса (риелторы, отделы продаж застройщика, банковский сектор, др.), общая аудитория (специалисты из разных сфер активных продаж).
- Содержание: эффективный первый контакт, выбор идеального времени для самопрезентации, правила выстраивания первого продающей презентации, уникальность и полезность презентации, определение своих конкурентных преимуществ, выбор специализации, использование эмоций во время самопрезентации.

□ «ХОЛОДНЫЕ» ПРОДАЖИ ИЛИ ПРОДАЖИ «ХОЛОДНЫМ» КЛИЕНТАМ? ВЫБЕРИ НУЖНОЕ И ПРОДАВАЙ ЭФФЕКТИВНО!

Аудитория: отдельный сегмент бизнеса (риелторы, отделы продаж застройщика, банковский сектор, др.), общая аудитория (специалисты из разных сфер активных продаж).

Содержание: как быстро перевести «холодного» клиента в разряд «теплого», правильное отношение к скриптам продаж, очеловечивание скрипта, идентификация клиента, техники влияния, техника «перехвата инициативы», умение слушать/слышать клиента, техника «активного слушания», снижение стартового уровня агрессии клиента, выработка внутренней уверенности, подготовка к первому контакту(внешность, эмоции, информация).

□ ВСЕ, ЧТО НУЖНО ЗНАТЬ О ПРОДАЖАХ ПО ТЕЛЕФОНУ

Аудитория: отдельный сегмент бизнеса (риелторы, отделы продаж застройщика, банковский сектор, др.), общая аудитория (специалисты из разных сфер активных продаж).

Содержание: Как перестать бояться звонков «холодным» клиентам, развитие уверенности, этапы и правила переговоров по телефону. Отличие входящего звонка от исходящего. Определение целевой аудитории, сегментация клиентов. Как назначить встречу по телефону: скрипты и алгоритмы. Работа над речью и голосом, подстройка, идентификация клиента.

□ ТИПОЛОГИЯ ЛИЧНОСТИ И ВАРИАТИВНОСТЬ ПОВЕДЕНИЯ В ПЕРЕГОВОРАХ И ПРОДАЖАХ

Аудитория: отдельный сегмент бизнеса (риелторы, отделы продаж застройщика, банковский сектор, др.), общая аудитория (специалисты из разных сфер активных продаж).

Содержание: Определение типа личности собеседника. Быстрая идентификация типа личности. Виды классификаций в современной психологии. Интроверты и экстраверты. Думающий и чувствующий типы. Правила подстройки. Тесты для определения собственного типа. Основные ментальные установки для выстраивания эффективного контакта. Корректировки в правила первого контакта с собеседником с учетом типологии.

□ ЭТАПЫ И УРОВНИ ПЕРЕГОВОРОВ В АКТИВНЫХ ПРОДАЖАХ

Аудитория: отдельный сегмент бизнеса (риелторы, отделы продаж застройщика, банковский сектор, др.), общая аудитория (специалисты из разных сфер активных продаж).

Содержание: Шесть этапов переговоров. Значение ДОВЕРИЯ в переговорах. Правила первого контакта. Внешность и эмоции. Значение неверbalных сигналов при общении. Техники влияния на основе принципов ДОВЕРИЯ. Уровни переговоров. Стили переговоров и выбор необходимых стратегий. Цели переговоров. Подготовка к переговорному процессу. Основные ресурсы и их использование для достижения результата. Позиции и интересы. Групповые переговоры.

□ ЭТАПЫ, УРОВНИ И СТИЛИ ПЕРЕГОВОРОВ С СОБСТВЕННИКАМИ НЕДВИЖИМОСТИ

Аудитория: риелторы, специалисты по обучению в агентстве недвижимости, HR-специалисты, руководители отделов продаж, руководители компаний.

Содержание: Шесть этапов переговоров. Значение ДОВЕРИЯ в переговорах. Правила первого контакта. Внешность и эмоции. Значение неверbalных сигналов при общении. Техники влияния на основе принципов ДОВЕРИЯ. Уровни переговоров. Стили переговоров и выбор необходимых стратегий. Цели переговоров. Подготовка к переговорному процессу. Основные возражения клиента (стоимость объекта, заключение договора, комиссия агента, прочее). Выявление «корня» возражений. Скрипты и алгоритмы отработки возражений.

5. КУРС ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ «ПЕРЕГОВОРНЫЕ ТЕХНИКИ. ВЫСШАЯ ЛИГА»

Продолжительность: 4 дня по 5 часов рабочего времени (без учета перерывов).

Аудитория: отдельный сегмент бизнеса (риелторы, отделы продаж застройщика, банковский сектор, др.), общая аудитория (специалисты из разных сфер активных продаж).

Численный состав участников: до 20 человек.

Формат: последовательное изучение всех информационных блоков (уроков) с использованием презентаций, тестов, видео/аудио формата, индивидуальная и углубленная работы в кейсах, специальных упражнениях, позволяющих «прокачать» определенную часть навыка. Работа в группах, оценка результатов, коррекция. Выполнение и проверка тренерами домашних заданий. Экзамен по окончании курса, рекомендации для дальнейшего развития, постобслуживание в течение 30 дней.

Содержание: Стили управления, анализ собственного типа личности для корректировки процесса управления, вариативности поведения, базовый подход к вопросам типологии личности, основные точки в деятельности риэлторской компании (найм, обучение и адаптация, маркетинг, обслуживание клиента – вспомогательная деятельность по сопровождению сделок – постобслуживание), проведение собеседований, общая структура управления в организации: планирование – организация – контроль – мотивация, стратегия ВАШЕГО бизнеса, стили и стратегии переговоров.

Стоимость: по договоренности с заказчиком.

В программу, формат, время проведения возможно внесение корректировок по предварительному согласованию с заказчиком.

ПРОБУЙ & ИГРАЙ