VANZARE

Acest program de training se concentrează pe dezvoltarea abilităților de vânzare, prin intermediul unui set de tehnici integrate care să reflecte complexitatea domeniului de vânzări. Participanții vor învăța cum să construiască relații de încredere cu clienții și cum să gestioneze momentele dificile și încărcate de tensiune din procesul de ofertare, prin intermediul jocurilor de rol, exercițiilor și chestionarelor.

Meseria de vânzător implică un consum de energie și abordări personalizate pentru fiecare client, de aceea în cadrul acestui training, participanții vor învăța cum să gestioneze emoțiile și personalitățile celor implicați în procesul de vânzare și cum să aplice o metodologie de gândire menită să crească performanța agentului.

Modalitatea de abordare este axată pe experiență, debriefing și teoretizare, oferind astfel participanților posibilitatea de a experimenta și de a învăța prin practică, prin intermediul unei metodologii de învățare prin acțiune.

| **SUBIECTE** | **OBIECTIVE** | **PUNCTE CHEIE** |
| --- | --- | --- |
| Introducere  Obiective/ Icebreaker | Prezentarea sesiunii, crearea contextului, cunoașterea participanților | Introducere și bun venit  Comunicarea aspectelor de logistică/administrative/timing  Icebreaker de cunoaștere |
| Stabilirea obiectivelor | Cunosterea procesul de planificare și prospectare  Fixarea Obiectivelor de vânzare | §Importanței clientului în procesul de prospectare ,surse de prospectare,generare de lead-uri  Dezvoltarea abilităților de abordare, vânzare și creșterea relației cu clientul  Obiective SMART  Identificarea instrumentelor pentru eficientizarea rezolvării provocărilor în relația cu clientul |
| Încadrarea corectă a ofertării în procesul de vânzare | Conștientizarea capcanelor și propriilor greșeli în ofertare  Identificarea unor metode simple de a prezenta oferta în termeni atractivi pentru clienți | Exercițiu practic care evidențiază traseul pe care un client îl are la noi în companie și cu cine intră în contact.  Metoda Semaforului  Ce am eu de câștigat, tehnica CAB(caracteristici,avantaje și beneficii) |

| Ofertarea ca etapă care te apropie de obiectivul final al semnării contractului | Identificarea nevoilor și dorințelor clienților și adaptarea ofertei  Tehnici de argumentare și prezentare a beneficiilor produselor/serviciilor  Gestionarea obiecțiilor și contrapropunerilor clienților | Identificarea și înțelegerea nevoilor clientului în procesul de vânzare  Importanța ascultării active în vânzare și tehnici de aplicare a acesteia  Diferența între empatie și compătimire în rezolvarea sarcinilor și tipuri de empatie utilizate în vânzare  Comunicare asertivă în tratarea obiecțiilor venite din partea clienților  Utilizarea punctelor cheie din profilul personal al clientului în procesul de vânzare  Biasul cognitiv și impactul său în procesul de vânzare  Exerciții practice de tip role play sau study case filmat pentru dezvoltarea abilităților de abordare și vânzare |
| --- | --- | --- |
| Tipologia clientului | Identificarea tipurilor de clienți și strategiile de abordare adecvate  Aplicarea profilurilor de personalitate în diferite contexte ale vânzării | Abordarea clienților agresivi, care le știu pe toate și celor care nu au încredere în procesul de vânzare  Identificarea altor tipologii de clienți și soluții de abordare corespunzătoare |
| Concluzii | Sumarizarea și evaluarea sesiunii | Verificarea și dezbaterea obiectivelor și așteptărilor stabilite la începutul sesiunii pentru a asigura o colaborare eficientă |