

Distance selling – techniki sprzedaży zdalnej

Przystępując do spotkania handlowego z otwartym umysłem, uważnym na Klienta, handlowiec stoi przed zagmatwanym i pełnym pułapek labiryntem jakim jest proces sprzedaży. O czym najczęściej zapominają handlowcy w tym momencie? Zapominają, że wraz z nimi przed tym samym wejściem do labiryntu stoi Klient. Niestety większość handlowców zostawia tam Klienta samemu próbując znaleźć drogę do wyjścia, którym jest finalizacja sprzedaży, gdzie dwie strony są zadowolone. Właśnie! Dwie strony! To czemu Klient został na początku drogi?

Zmieniają się okoliczności zewnętrzne, preferencje i możliwości odbywania spotkań z klientami. Niezależnie od nas, spotkania bezpośrednie z klientami nie są już codziennością handlową. Najskuteczniejsi będą ci, którzy potrafią dostosować się do różnych form kontaktu z klientem. Do tego potrzebne są tak umiejętności jak i narzędzia.

Celem projektu „Distance selling-techniki sprzedaży zdalnej” jest zapoznanie handlowca z procesem sprzedaży tak, żeby mógł przez niego sprawnie przeprowadzić Klienta niezależnie od formy kontaktu.



Przeznaczenie szkolenia

Szkolenie kierowane do osób zainteresowanych poznaniem procesu sprzedaży zdalnej.



Korzyści wynikające z ukończenia szkolenia

Po ukończeniu zajęć uczestnik:

- Zna etapy procesu sprzedaży zdalnej i potrafi się po nich elastycznie poruszać.
- Potrafi zadbać o bezpieczeństwo klienta na każdym etapie procesu sprzedaży.
- Umie spojrzeć na sprzedawany produkt oczami klienta i prowadzić rozmowę w oparciu o potrzeby klienta.
- Umie ujawniać zastrzeżenia klienta i reagować na nie.
- Zna kilkanaście sposobów zamknięcia sprzedaży i potrafi dopasować kilka do konkretnego klienta.
- Widzi i rozumie potrzebę prowadzenia sprzedaży w sposób relacyjny.
- Potrafi kontynuować sprzedaż i budować relacje z klientem niezależnie od formy kontaktu.

Zastosowane metody pracy oddziałują na postawy uczestników. Pomiar głębokości zmiany w postawach jest możliwy w miejscu pracy uczestników.



Oczekiwane przygotowanie słuchaczy

Szkolenie nie wymaga wcześniejszego przygotowania.



Język szkolenia

szkolenie: polski

materiały: polski



Czas trwania

3 dni / 15 godzin

Agenda szkolenia

Moduł 1

Obsługa klienta w trybie *computer mediated communication (CMC)*

- Magia small-talk'u w komunikacji zdalnej
- Moja wiedza odnośnie procesu sprzedaży.

- Wpływ postawy i przekonań sprzedawcy na efektywność rozmowy z Klientem w formule on-line
- Cele i potrzeby dwóch stron relacji – sprzedawca vs. klient.
- Czy jako sprzedawca widzisz koniec drogi? Umiejętne określanie celów.
- Sprzedaż doradcza/relacyjna – dlaczego czasem fachowa wiedza nie wystarcza?
- Wybór źródła kontaktu w zależności od celu

Moduł 2

Planowanie swojej pracy

- Warunki skutecznej rozmowy CMC w trybie pracy home-office
- Jak dostępne narzędzia informatyczne wspomagają pracę zdalną
- Jak zorganizować sobie miejsce pracy w domu
- Jak ustalić zasady z domownikami
- Techniki zarządzania czasem, które możesz przenieść do home office
- Układanie planu dziennego, tygodniowego i innych
- Jak nadawać priorytety zadaniom
- Kontrola realizacji planu
- Identyfikacja własnych „złodziei czasu”
- Przyczyny niekonsekwencji w realizacji planu pracy
- Narzędzia online do organizacji czasu pracy: systemy, planery – jak z nich korzystać
- Ergonomia miejsca pracy

Moduł 3

Podstawowe techniki sprzedaży zdalnej (telefon, video, e-mail)

- Prospecting i otwarcie sprzedaży, czyli znaczenie pierwszego kontaktu.
- Jakie źródło kontaktu wybrać, na którym etapie procesu sprzedaży?
- Znaczenie przekazu werbalnego i niewerbalnego – podstawy języka wpływu.
- Przygotowanie techniczne (sprzęt, tło, ubiór)
- Jak atrakcyjnie mówić o produkcie – w jaki sposób powiązać zweryfikowane potrzeby z wybranym produktem i dotrzeć do oczekiwań klienta.
- Pozytywne nastawienie do obiekcji i zastrzeżeń klientów.
- Obsługa zamówień i dbałość o długofalowe relacje.
- Sprzedaż wiązana – kiedy i jak?
- Praktyczne ćwiczenia – rozmowy ze scenariuszem

Moduł 4

Etapy rozmowy handlowej w trybie zdalnym

- Jak zwiększyć swoją szansę na sukces?
- Aktywny sprzedawca to...
- Zaczynij dobrze od początku – Zarzuć haczyk – czyli jak dobrze zagać rozmowę.
- Jestem doradcą klienta – jak wykorzystać do tego wiedzę, którą posiadam?
- Co sprzedaję? – jak przygotować sobie warsztat pracy?
- Weryfikacja potrzeb klienta to połowa sukcesu – umiejętne zadawanie pytań
- Aktywność prosprzedażowa – Co to znaczy? Jakie zachowania charakteryzują taką postawę?

- Techniki wpływu – praktyczne ćwiczenia

Moduł 5

Savoir-vivre w sprzedaży zdalnej

- Faux-pas podczas spotkań zdalnych
- Etykieta w biznesie zdalnym
- Różnice kulturowe – szczególne zasady
- Dress-code w spotkaniach zdalnych
- „Mistrzowie drugiego planu” – dobre tło do spotkania
- Mikrofon – włączać, wyłączać?
- Zasady spotkań zdalnych

Moduł 6

Skuteczne pozyskiwanie nowych klientów w trybie zdalnym

- Wartościowy dla klienta powód do rozmowy – punkt
- zaczepienia
- Poszukiwanie informacji o firmie i osobach z którymi
- powinniśmy rozmawiać
- Przygotowanie propozycji wartości dla klienta
- Wykorzystanie mediów społecznościowych
- Sprzedawca w sieci – mój profesjonalny wizerunek
- Kontakt z klientem przez email, LinkedIn, Facebook
- Budowanie strategii kontaktu
- Aktywności, które przyciągają uwagę klientów

Moduł 7

Domykanie ustaleń

- Sygnały zakupowe
- Decyzja w procesie sprzedaży zdalnej
- Kontraktowanie działań i terminów
- Podsumowanie rozmów – ustalanie terminów, ceny, sposobu dostawy, działań posprzedażowych, inne wg sugestii...
- Finalizowanie sprzedaży
- Techniki sprzedaży przyspieszające decyzję zakupu
- Postępowanie po dokonaniu sprzedaży