

kod szkolenia: HR-PS-TS / TechnSprzZ

Techniki sprzedaży zaawansowane

Szkolenie Techniki sprzedaży poziom zaawansowany dedykujemy handlowcom z doświadczeniem sprzedażowym, sprawnie poruszającym się po procesie sprzedaży - mającym już w swoim repertuarze zachowań handlowych takie umiejętności, jak: badanie i precyzowanie potrzeb klienta czy prezentowanie oferty językiem korzyści.

Celem projektu „Techniki sprzedaży, poziom zaawansowany” jest zapoznanie handlowca z nowymi narzędziami sprzedaży wspierającymi efektywność sprzedażową handlowca.



Przeznaczenie szkolenia

Celem szkolenia jest:

- Uświadomienie obszarów efektywności handlowca, które mają wpływ na realizację celów.
- Wsparcie w skutecznym zarządzaniu procesem sprzedaży.
- Dostarczenie narzędzi do prowadzenia efektywnej sprzedaży.
- Nauczenie stosowania zaawansowanych technik sprzedaży w kluczowych obszarach procesu sprzedażowego.
- Zapoznanie ze społecznymi aspektami budowania relacji z klientem.



Korzyści wynikające z ukończenia szkolenia

Po ukończeniu zajęć uczestnik:

- Zna swoje cztery klucze strategicznej sprzedaży i obszary decydujące o jego efektywności.
- Wie jak budować zaufanie klientów.
- Wie jak stosować zaawansowane techniki sprzedaży, aby zaciekać klienta efektywną prezentacją oferty.

- Zna zasady storytellingu w prezentowaniu oferty sprzedażowej.
- Stosuje model PSR i świadomie posługuje się argumentacją w prezentacji sprzedażowej.
- Wie, kiedy i jakie techniki stosować, aby zwiększać sprzedaż z danej transakcji.
- Ma opracowane narzędzia cross- i up-sellingowe, gotowe do zastosowania w swojej sprzedaży.
- Stosuje wybrane techniki negocjacji w obronie ceny.
- Podejmuje działania zapobiegające pojawianiu się obiekcji cenowych.
- Rozpoznaje sygnały zakupu w transakcjach o dużej wartości.
- Stosuje sekwencję zamknięć finalizujących sprzedaż.
- Jest świadomy w jakim celu i jak stosować techniki dosprzedaży na etapie finalizacji transakcji.



Oczekiwane przygotowanie słuchaczy

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



Język szkolenia

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski



Czas trwania

2 dni / 14 godzin

Agenda szkolenia

1. Efektywność sprzedażowa handlowca

- Uświadomienie czterech kluczy sprzedaży strategicznej (specjalizacja, dyferencja, segmentacja, koncentracja).
- Wskazanie obszarów efektywności handlowca – zasada PARETO.
- Zweryfikowanie wiedzy i umiejętności w zakresie zarządzania koszykiem klientów.
- Odpowiedzenie na pytanie: jak budować zaufanie do siebie w procesie sprzedaży.

- Uświadomienie znaczenia zasad wywierania wpływu społecznego dla efektywności handlowca w relacjach z klientem.
2. Zaciekawienie klienta – techniki prezentacji oferty
 - Wykorzystanie pytań sytuacyjnych, problemowych, implikacyjnych i naprowadzających w tworzeniu prezentacji oferty – trening.
 - Prezentowanie korzyści w sprzedaży na dużą skalę.
 - Poznanie zasad zastosowania techniki storytellingu w prezentowaniu oferty.
 - Poznanie i zastosowanie modelu PSR (Problem → Starania → Rozwiązanie) w prezentacji sprzedażowej
 - Poznanie i zastosowanie techniki argumentacji zgodnie z modelem Message House.
 3. Podnoszenie wartości sprzedaży z danej transakcji
 - Uświadomienie możliwości podnoszenia wartości sprzedaży
 - Poznanie i zastosowanie cross-selling i up-selling
 - Wypracowanie narzędzi do działań cross-sellingowych i up-sellingowych.
 4. Targi cenowe – rzeczywista obiekcja czy negocjacje?
 - Uświadomienie czym są obiekcje i zastrzeżenia cenowe.
 - Poznanie i zastosowanie technik negocjacyjnych pomocnych w odpowiadaniu na obiekcje związane z ceną
 - Wypracowanie sposobów na zapobieganie obiekccjom i zastrzeżeniom cenowym.
 5. Zamykanie sprzedaży o dużej wartości
 - Doprecyzowanie czym są i jak rozpoznać sygnały zakupu w sprzedaży o wysokiej wartości.
 - Poznanie sposób na zamykanie sprzedaży.
 - Wypracowanie sekwencji zamknięć – trenowanie
 - Odpowiedzenie na pytania: Jak wzbudzać zaangażowania klientów na etapie finalizacji sprzedaży?
 - Uświadomienie po co i jak stosować techniki do sprzedaży na etapie finalizacji sprzedaży.
 6. Podsumowanie i plan wdrożenia nowej wiedzy
 - Podsumowanie kluczowych elementów warsztatu.
 - Opracowanie strategii opanowywania nowych umiejętności.