



Fundacja
Jeden Uniwersytet

TECHNIKI SPRZEDAŻY, BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTAMI I KOMUNIKACJA PERSWAZYJNA W SPRZEDAŻY

Grupa docelowa

Szkolenie jest skierowane do osób odpowiedzialnych za bezpośredni kontakt z klientami, w tym sprzedawców, przedstawicieli handlowych, a także managerów zespołów sprzedażowych. W szkoleniu mogą wziąć udział osoby zainteresowane rozwijaniem umiejętności komunikacyjnych i perswazyjnych w kontekście sprzedaży, takich jak przedstawiciele działów marketingu czy obsługi klienta. Szkolenie może być dostosowane do różnych branż, gdzie proces sprzedaży odgrywa kluczową rolę.

Termin szkolenia - kwiecień - listopad 2024, dokładny termin do ustalenia po zebraniu się grupy szkoleniowej

Miejsce szkolenia - do ustalenia

Cena za osobę - 2700,00 zł (netto)

Sposób przygotowania uczestników - udział w kursie nie wymaga od uczestników wcześniejszego przygotowania

Informacje o prowadzącym/cych - Osoby posiadające doświadczenie w zakresie technik sprzedaży, budowania relacji oraz komunikacji



TECHNIKI SPRZEDAŻY, BUDOWANIE RELACJI Z KLIENTAMI I KOMUNIKACJA PERSWAZYJNA W SPRZEDAŻY

Cele szkolenia

- Dostarczenie uczestnikom skutecznych technik sprzedażowych, obejmujących różne metody prezentacji produktów/usług oraz zamykania transakcji
- Kształtowanie umiejętności budowania długotrwałych relacji z klientami, skupiających się na zrozumieniu ich potrzeb, oczekiwań i preferencji
- Doskonalenie umiejętności komunikacji perswazyjnej, umożliwiającej efektywne przekazywanie korzyści produktów/usług oraz przekonywanie klienta do podjęcia decyzji zakupowej
- Przygotowanie uczestników do radzenia sobie z trudnymi sytuacjami sprzedażowymi, takimi jak negocjacje, zarządzanie sprzeciwami klientów czy obsługa skarg
- Zapewnienie narzędzi do efektywnego planowania i zarządzania procesem sprzedażowym, obejmującego rozpoznawanie szans, analizę potrzeb klienta oraz efektywne zamykanie transakcji

Program szkolenia i przewidziana liczba godzin

Przewidziana liczba godzin: 16

Program szkolenia:

- Wprowadzenie
- Pozytywne oraz negatywne emocje klienta
- Aktywne słuchanie i podtrzymywanie rozmowy
- Indywidualne podejście do obsługi klienta
- Sztuka kreowania wizerunku osób obsługujących klienta
- „Firma to również ja” - jak przyjąć postawę opartą na konsekwencji i odpowiedzialności?
- Zrozumieć i uszanować świat klienta (postawy, wartości, przekonania i jego tok rozumowania)
- Trening języka korzyści i nawiązywania do zmysłów klienta
- Jak nie brać „zakładników”? - zgubne praktyki w budowaniu lojalności klientów
- Metody odkrywania motywów zachowań klienta (4 efektywne techniki)
- Poszukiwanie wspólnego pola z klientem - synchronizacja w obsłudze klienta
- Metody otwartego wyrażania pozytywnych intencji
- Wzbudzanie zaufania klienta