

Программа курса: «Теория и практика продаж: техники, приводящие к результату»

Подготовка к контакту с клиентом. Настрой на результат

- Цель диалога с клиентом. Какую пользу получает клиент от нашего звонка?
- Что я хочу получить в результате общения с клиентом? Различия, ценности и цели исходящих и входящих звонков с позиции клиента и с позиции оператора.
- Цель общения с клиентом – без призыва к действию нет действия клиента!
- Что такое сервис и качество для клиента и как повлиять на впечатление клиента?
- Фокусы внимания как источник понимания запроса клиента и создания правильного расположения.
- Отказ клиента общаться в начале разговора – возражение или отсутствие контакта? Техники управления эмоциональным состоянием клиента и минимизирования его причин отказа. Чем можно спровоцировать клиента?
- Психологическая основа употребления позитивных слов в разговоре с клиентом. Словарь позитивных слов.
- Практика.
- Как распознавать «провокационные» вопросы клиентов и избегать манипуляций?
- Упражнения на удержание фокуса внимания клиента во время потери контакта в разговоре
- Игра на использование позитивных слов в разговоре с клиентом

Как расположить клиента в телефонном общении?

- Маркеры для установления и удержания контакта с клиентом на протяжении всего диалога.
- Интонационные «враги» и «помощники» контакта с клиентом.
- Интонация + позитивные слова = ключ к развитию долгосрочных отношений с клиентом
- Ответственность сотрудника за результат. Посыл, который мы несем клиенту – думаем или НЕ думаем, что говорим.
- Построение разговора с клиентом после приветствия. Фразы и интонации, влияющие на создание контакта и доверительных отношений с клиентом.
Практика. Упражнения, помогающие установлению контакта с клиентом с первых секунд общения. Работа над интонацией приветствия в группе и в парах.
- Доверительные отношения с клиентом: примеры фраз и их применение в диалогах.

Основы мастерства в продажах

- Что отличает консультацию от результативного диалога?
- Формула успеха №1 «цель – слово – результат»
- Формула успеха №2 «ищу мотив клиента для принятия решения, а не причину для отказа»
- Формула успеха №3 «слушаю клиента и знаю, что делать!»

Выявление потребностей. Вопрос к «Status Quo» клиента

- Как правильный диалог в продажах влияет на ответственность и принятие решения клиентом?
 - Значимость мнения клиента
 - Определение ключевых потребностей у разных категорий клиентов.
 - Как вопрос к «Status Quo» клиента может привести к результату? Примеры вопросов, мотивирующих клиента к решению.
 - Значение диалога в продажах.
 - Роли в общении – уход от манипуляций клиентов.
 - Как прийти к продаже, избегая возражений от клиента? - Техника построения «продающего» диалога. Три алгоритма получения ответа «ДА» от клиента.
- Практика.** Отработка навыков по формулированию вопросов клиентам. Работа в группах по созданию открытых и закрытых вопросов по выявлению потребностей клиентов.

Особенности презентации

- Что мы продаем: товар, условия или отношение?
- Ставка на мотивацию клиента. Умение создавать ценность услуги или товара для клиента.
- Ключевые преимущества компании: основа для достойного предложения
- Типы клиентов. Умение быстро распознавать тип клиента в телефонном общении.
- 10 секретов результативной презентации.

Завершение продажи

- Инструменты и методы для закрытия продажи.
- Правило 3-х раз

Работа с возражениями. Природа возражений

- Место и роль работы с возражениями в классической технике продаж.
- Как перевести возражения клиента в продажу? – Сбор возможных сомнений и возражений клиентов.
- 3 шага в работе с возражениями: приемы присоединения, интонационного соответствия типу клиента, поддержание контакта с клиентом, закрытие потребностей клиента.
- Чем важен каждый шаг в работе с возражениями?

Как помочь себе в работе с возражениями?

- Заготовки фраз для присоединения к клиенту для первого этапа РСВ
- Слова – помощники: как превратить отказ клиента в возможность ему продать?
- Тренировка на практике готовых фраз-подсказок на примере реальных ситуаций с клиентом.

Практика. Алгоритм работы с возражениями

- Паузы-«вредители»: тренировка управления паузами с помощью выученных фраз.
- Мини-словарик-помощник для преодоления «ступоров» в разговоре с клиентом
- Упражнения на снятие внутренних барьеров в работе с возражениями, на сохранение позитивного настроения и уверенности в голосе.

Практика применения знаний тренинга.

Разбор звонков участников тренинга (по желанию): анализ и рекомендации по внедрению нового опыта в конкретных ситуациях с клиентами.

Подведение итогов тренинга

- Новый формат в общении с клиентом каждый день. Итоги полученного на тренинге опыта.
- Составление индивидуального мини-плана развития сотрудника.