

Szkolenie “Techniki sprzedaży” realizowane dla Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach

Szkolenie przeznaczone jest dla pracowników administracji i kadry zarządzającej Uniwersytetu Śląskiego, mające na celu wzmocnienie kompetencji komunikacji w relacjach biznesowych i innych relacjach interpersonalnych. Głównym celem szkolenia jest przygotowanie pracowników do prowadzenia profesjonalnej obsługi Partnerów biznesowych uczelni. Uczestnikom zostaną przedstawione zasady skutecznej komunikacji w procesach sprzedażowych, uwzględniając przy tym dopasowanie się do typu osobowościowego Klienta oraz do etapu zakupu produktu/usługi. Podczas warsztatów wykształcone zostaną dobre praktyki, które umożliwią efektywne prowadzenie rozmów biznesowych (przekonywania, tworzenia wizji dobrej użyteczności, perswazji, negocjacji warunków współpracy). Wypracowane wspólnie treści szkolenia doprowadzą do podwyższenia jakości i ujednolicenia zasad kontaktu z Klientem. Wpłyną również znacząco na budowę pozytywnego wizerunku Uczelni i jego pracowników w oczach otoczenia biznesowego. Treści zawarte w szkoleniu ułatwią uczestnikom radzenie sobie w trudnych sytuacjach, jak i sprawią, że Klient będzie miał pozytywne doświadczenia podczas współpracy, co przyczyni się również do realizacji postawionych celów biznesowych. Indywidualnie dla uczestników dodatkowym celem jest wzmocnienie postawy i umiejętności radzenia sobie w trudnych sytuacjach podczas współpracy z drugą osobą.

Szczegółowe cele szkolenia:

- wzmocnienie kompetencji z obszaru relacji, tj. komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz autoprezentacji w procesie sprzedaży, umiejętności budowania długofalowych relacji z klientami.
- wzmocnienie kompetencji z obszaru przejmowania inicjatywy w realizacji własnych zadań i pokonywaniu trudności oraz identyfikacji z celami strategicznymi uczelni i kształtowanie jej pozytywnego wizerunku.
- Wzmocnienie kompetencji wypracowywania i stosowania satysfakcjonujących obie strony warunków współpracy

Efekty kształcenia i korzyści dla uczestnika:

- Uczestnik zna zasady współczesnych procesów sprzedaży
- Uczestnik umie nawiązywać i utrzymywać relacje biznesowe
- Uczestnik umie prezentować korzyści produktu/usługi
- Uczestnik zna i potrafi stosować mechanizmy finalizacji transakcji i negocjacji handlowych

Forma realizacji

Zajęcia on-line: w czasie 16 godzin szkoleniowych prowadzonych podczas trzech dni w godzinach 08:30-14:30 wykład/webinarium, prezentacja z praktycznymi przykładami, case studies, dyskusja, wymiana doświadczeń między uczestnikami, trening nowych umiejętności w formie udziału w ćwiczeniach praktycznych.

Program szkolenia:

MODUŁ I

Współczesne uwarunkowania procesów sprzedażowych

Temat: Skuteczne sposoby komunikacji w sprzedaży

- Model sprzedaży vs Model zakupu
- Komunikacja w procesie sprzedaży (komunikacja adaptacyjna vs perswazyjna)
- Pojęcie „Buy Persony”; Po co ? i dlaczego?
- Ogólny schemat tworzenia komunikatów eksperckich, ofertowych w przestrzeni medialnej

Temat: Procesy sprzedaży produktu, usługi, wizji produktu

- Współczesny klient jego oczekiwania i potrzeby
- Autoprezentacja, budowanie własnej pozycji na rynku
- Procesy pozyskiwania potencjalnych klientów; strategie Inbound vs Outbound
- Nawiązywanie kontaktów z klientem, prowadzenie klienta przez proces sprzedaży

Celem tego modułu jest zorientowanie uczestników we współczesnych uwarunkowaniach oczekiwań i potrzeb klientów. Wypracowanie wspólnego rozumienia procesów sprzedażowych. Dostrzeżenia zmian w poziomie dojrzałości klientów, zwiększonej potrzebie budowania relacji biznesowych opartych na zaufaniu. Wzmocnienie kompetencji tworzenia kierunkowych przekazów marketingowych do preferowanego klienta.

Formy i metody pracy: ćwiczenie „ pre-work”, zajęcia on-line, praca w grupach, mini wykład, ćwiczenia grupowe.

MODUŁ II

Skuteczne sposoby prowadzenia rozmów handlowych

Temat: Efektywna komunikacja w procesie sprzedaży i obsługi Klienta

- Znaczenie komunikacji werbalnej i niewerbalnej.
- Parę słów o typologii Klienta
- Typu osobowości klientów i sposoby - jak rozmawiać różnymi typami osobowości.
- Sposoby wywarcia na kliencie wrażenia, techniki autoprezentacji.
- Bariery w komunikacji w kontakcie z Klientem.
- Błędy w komunikacji, czyli czego należy unikać.

Temat: Pozyskiwanie informacji niezbędnych do przygotowania prezentacji oferty i rozwiązań dla Klienta.

- Analiza potrzeb i oczekiwań potencjalnych klientów
- Techniki zadawania właściwych pytań w wywiadzie z klientem
- Odzwierciedlanie w rozmowie z Klientem.
- Aktywne słuchanie, czyli jak okazać Klientowi żywe zainteresowanie tym, co mówi.
- Aktywne słuchanie-ćwiczenia techniki

Projekt pt. „Jeden Uniwersytet – Wiele Możliwości. Program Zintegrowany”

Temat: Skuteczne techniki prezentacji oferty

- a. Dostosowanie prezentacji do potrzeb klienta
- b. Figury retoryczne i techniki komunikacyjne skupiające uwagę na wizji produktu.
- c. Techniki radzenia sobie z obiekcjami klienta wobec produktów wysokiego ryzyka.
- d. Sposoby prezentowania rozwiązania i oferty schematy CZK oraz SELL
- e. Tworzenie argumentów na podstawie prezentowania realnej wartości ofert

Temat: Skuteczne sposoby finalizowania transakcji

- a. Techniki rozwiewania obiekcji klienta
- b. Techniki negocjacji handlowych
- c. Konflikty i sposoby ich rozstrzygania

Temat: Budowanie długofalowych relacji z klientem

- a. Wspólne cele w relacjach z klientem
- b. „Siła związku” czy relacja tylko dla korzyści mechanizmy utrzymywania relacji
- c. Nieporozumienia, spory to koniec relacji czy może etap w budowie ich siły
- d. Współpraca (wzajemne dążenia do zaspakajanie potrzeb)
- e. Asertywne postawy (pewność siebie)
- f. „Studzenie” porwań emocjonalnych Klienta. Obiekcje i reklamacje – jak reagować na negatywny feedback ze strony Klienta?
- g. Konstruktywne sposoby rozstrzyganie konfliktów

Celem tego modułu jest: Poznanie etapów rozmów handlowych. Wypracowanie i wzmocnienie umiejętności, nawiązania kontaktu z klientem, dokonania analizy potrzeb sposobów prezentacji korzyści i użyteczności danego produktu dla klienta, sposobów finalizowania transakcji. Zawierania oraz utrzymywania długofalowych relacji z klientem biznesowym.

Formy i metody pracy: zajęcia on-line, praca w grupach, mini wykład, ćwiczenia grupowe.

MODUŁ III

Storytelling w relacjach biznesowych

Temat: Elementy perswazji w komunikacji

- a. Cele i Rodzaje perswazji
- b. Ethos, Logos, Pathos w perswazji
- c. Perswazja Narracyjna
- d. Reakcje mózgu na historie

Temat: Storytelling - przygotowanie historii

Projekt pt. „Jeden Uniwersytet – Wiele Możliwości. Program Zintegrowany”

- a. Jak stworzyć atrakcyjną opowieść: kluczowe elementy, struktura i tematyka skutecznych opowieści biznesowych
- b. Źródła opowieści: Storytelling jako narzędzie skutecznego komunikowania
- c. Cechy dobrego opowiadacza, diagnoza własnego potencjału uczestników
- d. Przesłanie, czyli morał.
- e. Typy opowieści biznesowych i ich zastosowanie.
- f. Praktyczne zastosowania storytellingu (prezentacja Wizji, wyników, korzyści)
- g. Skuteczny przekaz korzyści
- h. Motywacyjna siła opowieści
- i. Prezentacja, pokaz i wystąpienia z zastosowaniem elementów storytellingu
- j. Dobre praktyki komunikacji niewerbalnej
- k. Oddziaływanie na różne modalności zmysłów
- l. Ćwiczenia z informacją zwrotną

Temat: Targowe techniki sprzedaży

- a. Przegląd skutecznych metod i technik sprzedaży stosowanych podczas targów.
- b. Przygotowanie krótkich autoprezentacji do rozmów kularowych
- c. Ćwiczenia z informacją zwrotną

Celem tego modułu jest wzmocnienie kompetencji używania technik, motywowania do działań i wpływu społecznego poprzez tworzenie i wygłaszanie przekonujących historii o firmie, o produkcie. Poznanie zasad budowania historii, budowania inspirującego przekazu.

Formy i metody pracy: zajęcia on-line, praca w grupach, mini wykład, ćwiczenia grupowe.

Informacje o wykonawcy i trenerach realizujących szkolenie

Prowadzący : **Darek Walczak**

PSYCHOLOG ORGANIZACJI , Konsultant biznesowy, Trener

Specjalizuje się w aspektach związanych z relacjami międzyludzkimi. Konsultant, Trener z wieloletnim doświadczeniem praktycznym jako menadżer zespołów sprzedażowych. W czasie współpracy pomaga innym w rozwoju efektywnych narzędzi zarządzania zespołami, wspomaga sprzedaż oraz skuteczną obsługę klientów. *Od kilku lat stale współpracuje z firmami finansowymi, dystrybucyjnymi, firmami branży TSL, administracji publicznej; prowadząc konsultacje, coaching, regularne szkolenia wspierające i podnoszące efektywność codziennej pracy pracowników tych firm.*

Doradza w obszarach związanych z projektowaniem zespołów sprzedażowych i ich zarządzaniem. Wspomaga przedsiębiorców w zarządzaniu Kulturą Organizacji. Wspólnie z kadrą zarządzającą i pracownikami tworzy Kulturę Organizacyjną bardziej dopasowaną do wymogów otoczenia. W rezultacie wspomaga Kadrę kierowniczą w zwiększeniu poziomu realizacji celi biznesowych, poprawieniu wskaźników ekonomicznych organizacji. Współpracuje z Uniwersytetem SPWS, jako wykładowca prowadzi zajęcia dla studentów, z zakresu komunikacji w procesach sprzedażowych oraz dynamiki relacji biznesowych z klientami.

Doświadczenie biznesowe:

Swoje umiejętności biznesowe zdobywał przez ponad 20 lat, współpracując ponad 12 lat z firmami dystrybucyjnymi sprzedaży produktów premium jako handlowiec, menedżer, trener, coach. Współtworzył strategie rozwojowe, opracowywał oraz wspomagał procesy wdrażania strategii sprzedaży nowych produktów. Aktywnie tworzył struktury organizacji, praktycznie wdrażał zagadnienie strategii rozwojowych, zajmując się rekrutacją i wdrażaniem do pracy pracowników, menadżerów. Również, przez ponad 10 lat był biznesowo związany z czołowym domem inwestycyjnym jako menadżer, trener, aktywnie uczestniczył w opracowaniu strategii zarządzania doradcami finansowymi oraz zbioru zasad i procedur obsługi klientów inwestycyjnych.

Harmonogram szkolenia

Szkolenie/Warsztaty : “Techniki sprzedaży”

realizowane dla Uniwersytet Śląski w Katowicach w terminie: 12-14.04.2021

Czas	Moduł, zagadnienia
I DZIEŃ	
9:00 – 9:10	Powitanie i przedstawienie się uczestników. Ustalenie oczekiwań uczestników i wypracowanie kontraktu na zajęcia
9:10– 10:20	Moduł I. Skuteczne sposoby komunikacji w sprzedaży.
10:20 – 10:30	Przerwa
10:30 – 11:55	Moduł I. cd. Procesy sprzedaży produktu, usługi, wizji produktu.
11:55 – 12:05	Przerwa
12:05 – 13:10	Moduł II. Efektywna komunikacja w procesie sprzedaży i obsługi Klienta.
13:10 – 13:20	Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia/warsztatów
II DZIEŃ	
9:00 – 9:10	Powitanie uczestników i nawiązanie do dnia poprzedniego
9:10 – 10:20	Moduł II cd. Pozyskiwanie informacji niezbędnych do przygotowania prezentacji oferty i rozwiązań dla Klienta.
10:20 – 10:30	Przerwa
10:30 – 11:55	Moduł II cd. Skuteczne techniki prezentacji oferty. Skuteczne sposoby finalizowania transakcji.
11:55 – 12:05	Przerwa
12:05 – 13:10	Moduł III. Storytelling w relacjach biznesowych Perswazja narracyjna
13:10 – 13:20	Podsumowanie drugiego dnia
III DZIEŃ	
9:00 – 9:10	Powitanie uczestników i nawiązanie do dnia poprzedniego
9:10 – 10:20	Moduł III cd. Przygotowanie opowieści w Storytellingu
10:20 – 10:30	Przerwa
10:30 – 11:55	Moduł III cd opowieści w Storytellingu ćwiczenia
11:55 – 12:05	Przerwa
12:05 – 13:10	Moduł III cd. Storytelling - Targowe techniki sprzedaży.
13:10 – 13:20	Podsumowanie całego szkolenia/warsztatów