

Szkolenie “Techniki sprzedaży” realizowane dla Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach

Szkolenie przeznaczone jest dla pracowników administracji i kadry zarządzającej Uniwersytetu Śląskiego. Celem zajęć jest wzmocnienie kompetencji komunikacji w relacjach biznesowych i innych relacjach interpersonalnych, przygotowanie pracowników do prowadzenia profesjonalnej obsługi Partnerów biznesowych uczelni. Uczestnikom zostaną przedstawione zasady skutecznej komunikacji w procesach sprzedażowych, uwzględniając przy tym dopasowanie się do stylu zachowań Klienta oraz do etapu w schemacie procesu zakupu produktu/usługi. Podczas warsztatów wykształcone zostaną dobre praktyki, które umożliwią efektywne prowadzenie rozmów biznesowych (przekonywania, tworzenia wizji dobrej użyteczności, perswazji, negocjacji warunków współpracy). Wpłyną również znacząco na budowę pozytywnego wizerunku samej Uczelni oraz zespołu jej 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. 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

16 godzin zajęć stacjonarnych prowadzonych podczas dwóch dni szkolenia. Dodatkowo uczestnicy w ramach przygotowania do szkolenia (pre-work) otrzymają materiały do pracy samodzielnej (zakres maksymalnie obejmujący 4 godziny dydaktyczne). Zajęcia realizowane przy dużej aktywizacji uczestników, mini wykładów, prezentacji z praktycznymi przykładami, case studies, dyskusja, wymiana doświadczeń między uczestnikami, trening nowych umiejętności w formie udziału w ćwiczeniach praktycznych z informacjami zwrotnymi.

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: praca własna na podstawie materiałów, ćwiczenie w systemie „pre-work”, dyskusja i 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.

- e. Aktywne słuchanie-ćwiczenia techniki

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. Konstrukttywne 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: praca własna , ćwiczenie w systemie „pre-work”, 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

- 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: ćwiczenia z informacją zwrotną, praca na własnych doświadczeniach, 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 specjalista i 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 kadrami zarządzającą i pracownikami tworzy Kulturę Organizacyjną bardziej dopasowaną do wymogów otoczenia. W rezultacie wspomaga Kadrę kierowniczą w zwiększeniu poziomu realizacji celów 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 strategię rozwojową, 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: 19-20.10.2021

Czas	Moduł, zagadnienia
PRACA WŁASNA PRZED SZKOLENIEM (PRE-WORK) (samodzielna i indywidualna praca uczestnika szkolenia, na bazie otrzymanych materiałów)	
2 GODZINY	Moduł I - Skuteczne sposoby prowadzenia rozmów handlowych, praca samodzielna z materiałami, realizacja ćwiczenia w systemie „pre-work”
2 GODZINY	Moduł II - Skuteczne sposoby prowadzenia rozmów handlowych, praca samodzielna z materiałami, realizacja ćwiczenia w systemie „pre-work”
I DZIEŃ 19.10.2021	
8:30 – 9:00	Powitanie i przedstawienie się uczestników, Ustalenie oczekiwań uczestników i wypracowanie kontraktu na zajęcia
9:00 – 9:45	Omówienie zadania wstępnego (pracy własnej na podstawie otrzymanych materiałów Moduł I - Skuteczne sposoby prowadzenia rozmów handlowych omówienie, dyskusja
9:45 – 10:30	Moduł II: Efektywna komunikacja w procesie sprzedaży i obsługi Klienta omówienie ćwiczenia wstępnego, dyskusja
10:30 – 10:45	Przerwa
10:45 – 12:15	Moduł II Budowanie długofalowych relacji z klientem, ćwiczenia, dyskusja
12:15 – 12:30	Przerwa
12:30 – 14:00	Moduł III Elementy perswazji w komunikacji, ćwiczenia, dyskusja
14:00 – 14:15	Przerwa
14:15 – 15:15	Moduł III cd. Elementy perswazji w komunikacji, ćwiczenia, dyskusja Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia/warsztatów
II DZIEŃ 20.10.2021	
8:30 – 9:00	Powitanie uczestników i nawiązanie do dnia poprzedniego
9:00 – 10:30	Moduł III cd.. Storytelling - przygotowanie historii ćwiczenia, dyskusja
10:30 – 10:45	Przerwa
10:45 – 12:15	Moduł III cd.. Storytelling - przygotowanie historii, ćwiczenia, dyskusja
12:15 – 12:30	Przerwa
12:30 – 14:00	Moduł III Techniki targowych sprzedaży ćwiczenia, dyskusja
14:00 – 14:15	Przerwa
14:15 - 14:45	Moduł III cd.. Techniki targowych sprzedaży ćwiczenia, dyskusja

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

14:45 - 15:15

Podsumowanie całego szkolenia/warsztatów

Zadanie wdrożeniowe: „ Pierwsze Korki po szkoleniu”; wypracowanie celów w schemacie SMART, wykorzystania pozyskanych na szkoleniu umiejętności