

Program szkolenia pt. “Techniki sprzedaży”

realizowane dla Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach

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.
- Aktywne słuchanie-ćwiczenia techniki

Temat: Skuteczne techniki prezentacji oferty

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

Temat: Skuteczne sposoby finalizowania transakcji

- Techniki rozwiewania obiekcji klienta
- Techniki negocjacji handlowych
- Konflikty i sposoby ich rozstrzygania

Temat: Budowanie długofalowych relacji z klientem

- Wspólne cele w relacjach z klientem
- „Siła związku” czy relacja tylko dla korzyści mechanizmy utrzymywania relacji
- Nieporozumienia, spory to koniec relacji czy może etap w budowie ich siły
- Współpraca (wzajemne dążenia do zaspakajania potrzeb)
- Asertywne postawy (pewność siebie)

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

- 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: 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 kuluarowych
- 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, menadżer, 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: “Techniki sprzedaży”

realizowane dla Uniwersytet Śląski w Katowicach w terminie: 17-18.11.2021

Czas	Moduł, zagadnienia
I DZIEŃ 17.11.2021	
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 18.11.2021	
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
14:45 - 15:15	Podsumowanie całego szkolenia/warsztatów Zadanie wdrożeniowe: „ Pierwsze Korki po szkoleniu”; wypracowanie celów w schemacie SMART, wykorzystania pozyskanych na szkoleniu umiejętności