



Szczegółowy opis szkolenia:



BUDOWANIE WARTOŚCI PRODUKTU

Dokument przygotowany przez:
Marcelina Szydłowska
marcelina.szydłowska@intellect-group.pl
tel.: 530 414 080

Dokument przygotowany dla:
Klientów Intellect
w dniu 15 maja 2023
ważny do czasu następnej aktualizacji

Spis treści

- 03** – Idea szkolenia
- 04** – Dla kogo to szkolenie?
- 05** – Korzyści dla firmy
- 06** – Korzyści dla pracownika
- 07** – Metodologia
- 08** – Program szkolenia
- 10** – Trenerzy
- 11** – Kontakt

Idea szkolenia

Czyli nasze podejście do budowania wartości produktu



Naszym głównym zadaniem podczas tego szkolenia jest pomóc Wam w **dojrzeniu nowych wartości i zalet Waszego produktu**. Wspólnie wydobędziemy jego wszystkie zalety i mocne strony, które będą przekonywać klientów do zakupu.

Uporządkujemy informacje i zdobytą na szkoleniu wiedzę na temat Waszego produktu, abyście mieli gotowe narzędzia do pracy i sprzedaży. Nieraz w trakcie szkolenia z budowania wartości produktu odnajdujemy nowe zastosowania istniejących produktów, co w oczywisty sposób zwiększa jego wartość.

Te wszystkie działania prowadzić będą do zbudowania nowej (lub ulepszenia istniejącej) **strategii postrzegania, sprzedaży i promocji produktu**. Zaproponujemy konkretne i dopasowane do obranej strategii **narzędzia marketingowe**.

Dla kogo to szkolenie?

Dla osób, które pracują z produktem, zarówno w sposób bezpośredni, jak i pośredni, w szczególności dla osób, które są znudzone pracą z nim lub nie osiągają zadowalających efektów. Nasze szkolenie pozwoli spojrzeć na niego w inny, odświeżony sposób i zainspiruje pracowników do odnalezienia nowego sposobu na pracę z nim. Polecane dla:



SPRZEDAWCÓW



HANDLOWCÓW



MARKETINGOWCÓW



DORADCÓW
KLIENTA



BRAND
MANAGERÓW

Korzyści dla firmy



Zwiększenie przychodów

Dzięki umiejętnemu posługiwaniu się zaletami produktu w jego sprzedaży i promocji oraz dzięki jego dobremu zrozumieniu przez handlowców.



Odkrycie nowych możliwości pokazania, sprzedaży i promocji produktu

Dzięki świeżemu spojrzeniu oraz odpowiedniemu zbadaniu Waszego produktu przez naszych specjalistów przy Waszym udziale.



Zwiększenie sprzedaży od zaraz, ale też długoterminowo

Nasze szkolenie daje natychmiastowy zastrzyk motywacji i energii oraz wskazówki do zastosowania "od ręki", co pomoże wpłynąć na bieżący wzrost sprzedaży. Jednak bardzo ważny jest też wpływ szkolenia na długoterminowy wzrost przychodów - dzięki zastosowaniu długofalowych rozwiązań.



Zbudowanie zorganizowanej strategii sprzedaży produktu

Aby sprzedaż nie działa się spontanicznie, ale według przewidywalnego planu.



Zwiększenie efektywności pracowników

Dzięki zainspirowaniu ich, zaprezentowaniu nowego spojrzenia na produkt, dodania świeżości i energii w codziennej pracy.



Polepszenie satysfakcji pracowników

Dzięki lepszemu zrozumieniu produktów i zwiększonej efektywności, ich samozadowolenie będzie rosnąć.

Korzyści dla pracowników



Pracownik na nowo "zakocha się" w swoim produkcie

Często wpadamy w rutynę prezentując i sprzedając ten sam produkt w ten sam sposób. Nasze szkolenie odświeży Waszą relację z produktem i pokaże jakie jeszcze wartości skrywa.



Odnalezienie sposobów na efektywniejszą sprzedaż od zaraz

Czyli konkretna pomoc w tym, by sprzedawać lepiej, więcej i przyjemniej.



Uporządkowanie posiadanej wiedzy na temat produktu

Pozwala to ograniczyć niepotrzebny stres przy kontakcie z klientami, zwiększyć swoją efektywność i pewność siebie.



Zwiększenie satysfakcji z pracy

Gdy dobrze rozumiesz z czym pracujesz i znasz wartość swojego produktu, automatycznie satysfakcja z pracy rośnie.

Metodologia



WYRÓŻNIKI MARKI

Opracowanie unikatowych cech, które wyróżniają Twój produkt od konkurencji, to kluczowe działanie przed podejściem do sprzedaży. Aktualny rynek pokazuje, że sposób sprzedaży dopasowany do potrzeb klienta z uwzględnieniem wszystkich atrybutów produktu/usługi jest najskuteczniejszy.



KARTA PRODUKTOWA

Ciekawa forma prezentacji produktu dla klienta. Powinna zawierać wszystkie informacje, których konsument potrzebuje jeszcze przed zakupem. Ma na celu zachęcić odbiorcę, ale i utwierdzić o jakości sprzedawanej rzeczy/usługi.



PPPP

Określenie pragnień, potrzeb, przeszkód i problemów naszych klientów. Obowiązkowy klasyk dla każdej firmy.



MNI WYKŁADY

Pozwalają na przekazanie doświadczenia trenerów w krótki i przystępny sposób, tak aby usystematyzować część szkolenia lub zobrazować podejmowany w trakcie warsztatów temat



CYKL KOLBA

Sposób uczenia się, który jest oparty na 4 etapach. Teoria oparta na uczeniu się poprzez doświadczenie. Ważnym elementem jest dopasowanie do osobistego stylu każdego z nas.



METODA PINEZKI

Cecha-zaleta-korzyść, poznanie jak określić produkt, aby następnie go pozytywnie opisać i pokazać, jego opłacalność.



GRY INTEGRACYJNE

Gry, które mają na celu zintegrowanie oraz poznanie uczestników. Nie tylko z imienia czy z nazwiska ale również kim jest i jaki ma naturalny styl komunikacji.

Na szkoleniu często korzystamy z powyższych i także wielu innych metod.

Program szkolenia (1/2)

Moduł 1

Określenie fundamentów produktu / usługi

- ✓ Do czego służy i co daje produkt/ usługa firmy
- ✓ Poznanie swoich zasobów – co nie działa, a co może być lepsze

Przykładowe metody:



Misja / Wizja



Zasoby firmy



Strategia sprzedaży

Przykładowe ćwiczenia:



Piramida zasobów



Piramida zasobów

Moduł 2

Klienci vs produkt

- ✓ Rzeczywiste potrzeby, pragnienia, problemy oraz przeszkody klientów
- ✓ Wyróżniki produktu względem konkurencji
- ✓ Zbadanie aktualnego rynku
- ✓ Efektywna analiza potrzeb klientów,
- ✓ Zbudowanie obrazu klientów, czyli jak znaleźć tych, którzy potrzebują naszego produktu
- ✓ Klient prawdę Ci powie – dlaczego klienci kupują
- ✓ Decyzje zakupowe – w jaki sposób klienci podejmują decyzję o zakupie
- ✓ Dominująca percepcja Klienta – jak prezentować swój produkt, aby był atrakcyjny w zależności od klienta

Przykładowe metody:



Buyer persona



Wyróżniki marki



Moc pytań – efekty



Kolorystyczne typy



PSI

Przykładowe ćwiczenia:



Analiza PPPP



Karta produktu



Klient prawdę Ci powie

Program szkolenia (2/2)

Moduł 3

Ja vs produkt / usługa

- ✓ Nawet najlepszy produkt nie sprzedaje się sam czyli określenie siebie jako kluczowego elementu w procesie sprzedaży
- ✓ Wprowadzenie do kolorystycznych typów osobowości
- ✓ Określenie swojego naturalnego stylu komunikacji i sprzedaży
- ✓ Jakie nowoczesne narzędzia mogą pomóc w dotarciu do klientów
- ✓ Jak mówić, aby być zrozumiałym, jak słuchać aby poznać klienta, jakich słów używać a jakich unikać.

Przykładowe metody:



Nowoczesne technologie



Kolorystyczne typy



Style komunikacji



Win-win

Przykładowe ćwiczenia:



Kolorystyka w mailach



Kluczowe działania



Słowa mocy

Moduł 4

Podstawy sprzedaży oraz procesu sprzedaży

- ✓ Produktowy język korzyści
- ✓ Wąskie gardła procesu sprzedaży
- ✓ Zbudowanie strategii sprzedażowej
- ✓ Rozwój produktu oraz usługi

Przykładowe metody:



Macierz sprzedażowa



Metoda pinezki



Strategia sprzedaży

Przykładowe ćwiczenia:



Budowanie strategii rozwoju



Cecha – zaleta – korzyść

Trenerzy

Sylwetki osób, które mogą poprowadzić dla Was szkolenie z Budowania wartości produktu



Agnieszka Bilka

Ukończyła studia z Psychologii w Biznesie, Zarządzania Zasobami Ludzkimi oraz Coachingu. Od początku życia zawodowego ma pośredni lub bezpośredni kontakt z klientem. 10-letnie doświadczenie w sprzedaży

W branży szkoleniowej jest od 2015 roku. Wielozadaniowa i zorganizowana. Gwarantuje, że na szkoleniach zarazi uczestników motywacją do działań.

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z budowania wartości produktu, różnych form sprzedaży, czy komunikacji.



Krzysztof Rynkiewicz

Trener w obszarze strategii marki, projektowania propozycji wartości i tworzenia modeli biznesowych z ponad 13-letnim doświadczeniem w pracy dla solopresiębiorców, sektora małych i średnich przedsiębiorstw oraz korporacji.

Wykładowca na studiach dziennych, zaocznych i podyplomowych między innymi na Uniwersytecie Wrocławskim i Ekonomicznym.

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z budowania wartości produktu, nowoczesnych narzędzi w sprzedaży, czy social sellingu.



Alicja Kubacka

Uwielbia dzielić się swoją wiedzą i przekazywać ją w interesujący i prosty sposób. Sprzedażą zajmuje się już ponad 20 lat. Pracowała w wielkich korporacjach oraz z małych rodzinnych firmach. Sprzedaż bezpośrednia i telefoniczna nie ma dla niej tajemnic.

Interesuje się rozwojem człowieka, reakcjami chemicznymi, jogą, medytacją, buddyzmem, ale też motoryzacją.

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z budowania wartości produktu, różnych form sprzedaży, czy typologii osobowości.

Kontakt

Skontaktuj się ze mną, a ustalimy szczegóły naszej współpracy



Marcelina Szydłowska
Koordynator szkoleń



530 414 080



marcelina.szydłowska@intellect-group.pl



www.intellect-group.pl