



Szczegółowy opis szkolenia:

DLA HANDLOWCÓW



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
- 11** – Trenerzy
- 12** – Kontakt

Idea szkolenia

Czyli nasze podejście do nowoczesnej sprzedaży



Szkolenie "dla handlowców" to intensywny program, który został zaprojektowany specjalnie dla osób pracujących w dziale sprzedaży i chcących podnieść swoje umiejętności do jeszcze wyższego poziomu. Podczas tego szkolenia uczestnicy będą mieli możliwość rozwijania swoich umiejętności sprzedażowych, aby przekonać klientów do zakupu produktów i usług w sposób bardziej efektywny i skuteczny.

Podczas szkolenia uczestnicy poznają różne **techniki sprzedażowe**, w tym sposoby na lepsze rozpoznawanie potrzeb klientów, skuteczne prowadzenie negocjacji oraz budowanie długotrwałych relacji z klientami. W trakcie zajęć będą mieć okazję do **praktycznego** stosowania nowych umiejętności, korzystając z różnych **scenariuszy sprzedażowych**.

Nasze szkolenie" to nie tylko rozwijanie umiejętności sprzedażowych, ale również zdobywanie wiedzy na temat branży, w której pracują uczestnicy. Podczas zajęć będą mieli możliwość poznania najnowszych **trendów rynkowych** oraz najlepszych praktyk w dziedzinie sprzedaży, dzięki czemu będą mogli wykorzystać tę wiedzę w swojej pracy.

Dla kogo to szkolenie?

Zarówno dla początkującego handlowca jak i doświadczonego sprzedawcy, którzy chcieliby poznać nowe podejście do sprzedaży w oparciu o specyfikę ich firmy. Polecamy dla:



SPRZEDAWCÓW



HANDLOWCÓW



DORADCÓW
KLIENTA



MARKETINGOWCÓW

Korzyści dla firmy



Zrozumienie klientów i ich potrzeb

Jednym z podstawowych założeń naszego szkolenia jest to, aby zaakceptować to, że klienci są różni i żeby ich zrozumieć.



Budowanie trwałych relacji z klientami

Sprzedaż oparta na indywidualnym podejściu do klienta pozwala zbudować relacje, które procentują zwiększeniem sprzedaży i zadowoleniem klientów.



Wypróbowanie nowych, współczesnych technologii

Na szkoleniu pokażemy jak używać platformy LinkedIn oraz Canva do usprawnienia pracy w sprzedaży.



Wdrożenie nowoczesnych metod sprzedaży

Takich jak np. wykorzystanie typologii osobowości w oparciu o DISC.



Wizerunek nowoczesnej i postępowej firmy

Klienci przyzwyczajają się do starych metod sprzedaży i często zniechęcają się do rozmów z takimi handlowcami, na czym traci również wizerunek firmy.



Usystematyzowanie wiedzy pracowników

Szkolenie pozwala wszystkim uczestnikom odświeżyć wiedzę, poznać nowe metody i nabrać nowej energii.

Korzyści dla pracowników



Przyjemniejsza komunikacja z klientami

Skupimy się na tym, aby odróżniać od siebie typy klientów i rozumieć ich zachowania. Dzięki temu rozmowa z nimi staje się łatwiejsza, bardziej owocna i przyjemniejsza.



Zrozumienie klientów

Jest to kluczowe w dzisiejszych czasach, gdzie triki sprzedażowe działają coraz rzadziej. Jeśli rozumiemy naszych klientów, to rozumiemy ich potrzeby i wiemy jak możemy im pomóc za pomocą naszych produktów/usług.



Lepsza sprzedaż

Z powyższego punktu wynika także szansa na większą sprzedaż, bo łatwiej jest sprzedawać klientom, z którymi dobrze się rozumiemy.



Inspiracja

Każde szkolenie sprzedażowe powinno być dodatkową dawką energii i inspiracji – zadbamy o to, prezentując różne punkty widzenia na Waszą sytuację.



Odświeżenie wiedzy i umiejętności

Nasze szkolenie pozwoli nie tylko poznać nowe metody sprzedaży, ale też odświeżyć te umiejętności, które już posiadacie.



Zrozumienie DNA firmy i swojego miejsca w niej

Brzmi to może trochę tajemniczo, ale chodzi o to, żeby zastanowić się nad tym, jakie prawdziwe wartości prezentuje Wasza firma i z którymi z nich Wy się utożsamiacie. Jakie korzyści Waszych produktów są według Was najistotniejsze.

Metodologia



STRATEGIA 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.



METODOLOGIA DISC

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.



CYKL KOLBA

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



KARTA PRODUKTOWA

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



MODEL AIDA

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.



SPERSONALIZOWANA SPRZEDAŻ

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

A także:



GRY
INTEGRACYJNE



MINI WYKŁADY



NOWE
TECHNOLOGIE



PRACA Z
SAMOŚWIADOMOŚCIĄ

Program szkolenia (1/3)

Moduł 1

Określenie fundamentów sprzedaży oraz procesów sprzedażowych

- ✓ Do czego służy i co daje produkt/ usługa firmy
- ✓ Poznanie swoich zasobów oraz zasobów firmy
- ✓ Określenie fundamentów sprzedaży oraz sprzedawcy

Przykładowe metody:



Strategia sprzedaży



Misja / wizja / cel

Przykładowe ćwiczenia:



Piramida korzyści marki



Fundamenty sprzedaży

Moduł 2

Klienci vs produkt

- ✓ Rzeczywiste potrzeby, pragnienia, problemy oraz przeszkody klientów
- ✓ Wyróżniki produktu względem konkurencji
- ✓ Zbadanie aktualnego rynku
- ✓ Zbudowanie obrazu klientów, czyli jak znaleźć tych, którzy potrzebują naszego produktu
- ✓ Klient prawdę Ci powie – dlaczego klienci kupują
- ✓ Komunikacja z klientem – jak mówić, aby być zrozumiałym, jak słuchać, aby poznać klienta, jakich słów używać a jakich unikać
- ✓ 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:



Kolorystyczne typy osobowości



Buyer persona



PPPP



PSI



Moc pytań

Przykładowe ćwiczenia:



Wyróżniki marki

Program szkolenia (2/3)

Moduł 3

Sprzedawca vs produkt / usługa

- ✓ Nawet najlepszy produkt nie sprzedaje się sam, czyli określenie handlowca jako kluczowego elementu w procesie sprzedaży
- ✓ Zbudowanie pozytywnego obrazu sprzedawcy
- ✓ Wprowadzenie do własnego i naturalnego stylu komunikacji
- ✓ Określenie stylów komunikacji i sprzedaży

Przykładowe metody:



Kolorystyczne typy



Style komunikacji

Przykładowe ćwiczenia:



Kolorystyka w mailach

*

Moduł 4

Komunikacja werbalna oraz komunikacja niewerbalna

- ✓ Formy komunikacji bezpośredniej i niewerbalnej: gestykulacji, mimiki, tonu głosu
- ✓ Różne sposoby komunikowania według Kolorystycznych Typów Osobowości
- ✓ Techniki zwiększające skuteczność komunikacji
- ✓ Technika parafrazy
- ✓ Technika klaryfikacji
- ✓ Technika zdartej płyty
- ✓ Zasada złotych pytań

Przykładowe metody:



Styl partnerski



Pozytywny feedback



Komunikacja niewerbalna



Komunikacja bezpośrednia

Program szkolenia (3/3)

Moduł 5

Trudne sytuacje i wymagający klienci

- ✓ Skuteczna analiza potrzeb klientów oraz umiejętność rozpoznania blefu oraz manipulacji
- ✓ Sprawne negocjacje dające korzyści każdej ze stron
- ✓ Asertywność w biznesie
- ✓ Poznanie swojej roli w doradztwie klienta
- ✓ Trudne sytuacje z klientami oraz radzenie sobie w stresie
- ✓ Emocje w biznesie

Przykładowe metody:



Relacja jako klucz



Asertywność



Neurobiologia mózgu

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 różnych form sprzedaży, komunikacji, czy organizacji pracy.



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 nowoczesnych narzędzi w sprzedaży, social sellingu, czy budowania wartości produktu.



Alicja Kubacka

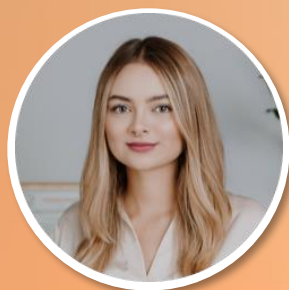
Uwielbia dzielić się swoją wiedzą i przekazywać ją w interesujący i prosty sposób. Sprzedażą zajmuje się już ponad 20 lat. Pracowała w wielkich korporacjach oraz z małych rodzinnych firmach. Sprzedaż bezpośrednia i telefoniczna nie ma dla niej tajemnic.

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

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z różnych form sprzedaży, typologii osobowości, czy negocjacji.

Kontakt

Skontaktuj się ze mną, a ustalimy szczegóły naszej współpracy



Marcelina Szydłowska

Koordinator szkoleń



530 414 080



marcelina.szydłowska@intellect-group.pl



www.intellect-group.pl