



Szczegółowy opis szkolenia:



EMAILE W SPRZEDAŻY

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 sprzedaży za pomocą maili



Celem naszego szkolenia jest poznanie różnych typów klientów i odpowiednie dostosowanie do nich korespondencji e-mailowej. Pokażemy Ci jak zaciekawić swoją ofertą odbiorcę i jak w nieszablonowy sposób wysyłać wiadomości sprzedażowe, tak by nie trafiły do kosza.

Dla kogo to szkolenie?

Szkolenie proponujemy nie tylko dla handlowców, ale osobom na wszystkich stanowiskach, na których e-mail jest narzędziem sprzedaży! Polecane dla:



SPRZEDAWCÓW



TELEMARKETERÓW



PRACOWNIKÓW
OBSŁUGI KLIENTA



MANAGERÓW DZIAŁÓW
SPRZEDAŻY



SPECJALISTÓW DS.
KLIENTÓW KLUCZOWYCH

Korzyści dla firmy



Budowanie stałych źródeł przychodu

Dzięki zrozumieniu różnic pomiędzy klientami, budowanie długotrwałej relacji biznesowej z każdym z nich stanie się dużo łatwiejsze.



Zwiększenie efektywności pracowników

Dzięki umiejętnemu korzystaniu z narzędzia sprzedażowego, jakim jest wiadomość e-mail.



Budowanie zaufania do marki

Dzięki sprzedaży e-mailowej opartej na relacji, z poszanowaniem czasu drugiej strony i odpowiedniej korespondencji.



Poprawa morale i samopoczucia pracowników

Dzięki umiejętnemu tworzeniu wiadomości pod konkretnych klientów i ich potrzeby (teoria kolorystycznych typów osobowości).

Korzyści dla pracowników



Ułatwienie pracy z tworzeniem maili

Nie pozwolimy na to żeby każdy e-mail był taki sam, odchodzimy od sprzedaży skryptowej i pokazujemy jak sprzedawać relacyjnie, rozumiejąc człowieka po drugiej stronie, reagując na jego potrzeby.



Poznanie siebie – jakie e-maile na mnie działają?

Co w nich musi się znaleźć, abym kupił dany produkt? I jak tę wiedzę przekuć na wyższe premie sprzedażowe 😊



Usprawnienie pracy ze skrzynką e-mailową

Czyli na jakich klientów działają długie wiadomości, które etapy sprzedaży dla kogo możemy uprościć, a na które poświęcić więcej czasu (teoria kolorystycznych typów osobowości).



Lepsze wykorzystanie Outlooka

Czyli zalety płynące z jego narzędzi.

Metodologia



METODOLOGIA DISC

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.



KOMUNIKOWANIE SIĘ NA PIŚMIE

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.



TEORIA ERIKSONA

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



MINI WYKŁADY

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



TYPOLOGIA HOGANA

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.



KOTWICE EMAILOWE

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

A także:



MODEL AIDA



STYL PARTNERSKI



JĘZYK KORZYŚCI



SPERSONALIZOWANA
SPRZEDAŻ

Program szkolenia (1/2)

Moduł 1

WPROWADZENIE DO TEMATU E-MAILI W SPRZEDAŻY

- ✓ Jaki jest tak naprawdę dobry email marketing?
- ✓ Zalety i wady sprzedaży poprzez e-maile
- ✓ Telefon jako dopełnienie wysłanej wiadomości, czyli zrobimy tak, aby Twoje maile nie trafiały do spamu
- ✓ Jak wychwycić dobry moment na podestanie e-maila aby nie zgubił się na tle konkurencji
- ✓ Analiza bazy klientów i ich adresów mailowych – czyli dlaczego tak ważne jest aby wiedzieć, do kogo i jak często wysyłamy wiadomość

Przykładowe metody:



Styl partnerski



Język korzyści



Mini wykład

Przykładowe ćwiczenia:



Twój własny CRM

Moduł 2

E-MAIL MARKETING W PAŃSTWA ORGANIZACJI

- ✓ Analiza wybranych przez uczestników e-maili
- ✓ Poznanie Twojego stylu w korespondencji
- ✓ Najważniejsze zasady w tworzeniu e-maili personalizowanych i tych w newsletterze
- ✓ Tworzenie wiadomości pod konkretnego klienta, czyli jak Twój poświęcony czas zwiększy sprzedaż
- ✓ Przygotowanie planu mailingowego na dzień/tydzień/miesiąc

Przykładowe metody:



Styl partnerski



NVC



Typologia Hogana

Przykładowe ćwiczenia:



Pierwsze strony gazet



Zaplanuj to

Moduł 3

KOLORYSTYCZNE TYPY OSOBOWOŚCI I ICH WPŁYW NA E-MAIL MARKETING

- ✓ Wprowadzenie do tematu kolorystycznych typów osobowości
- ✓ Jakim kolorem jesteś i co to właściwie oznacza (test)
- ✓ Poznanie sposobów komunikacji dla każdego z kolorów
- ✓ Jakich słów/wyrazów używać, aby dotrzeć do poszczególnych klientów?
- ✓ Krótkie instrukcje obsługi dla każdego z kolorów

Przykładowe metody:



Teoria Eriksona



Kolorystyczne typy



Od kogo jest ten mail?



Upselling w mailach

Program szkolenia (2/2)

Moduł 4

SPRAWDŹ SIĘ W PRAKTYCE, CZYLI NAUKA TWORZENIA MAILA POD KONKRETNY TYP OSOBOWOŚCI

- ✓ Ćwiczenia z prawdziwymi mailami przypisanymi do danych kolorów
- ✓ Tworzenie maila sprzedażowego, który przekona Ciebie do kupna Twoich usług/produktów
- ✓ Wykorzystanie reguł wpływu Caldiniego do konkretnych typów klientów
- ✓ Jak stworzyć długą relację i historię mailową, który zaprowadzi Cię do sprzedaży

Przykładowe metody:



Model AIDA



Kolorystyczne typy



Reguły wpływu Caldiniego

Przykładowe ćwiczenia:



Wzrokowiec, słuchowiec czy kinestetyk?



Dłoń klienta

Trenerzy

Sylwetki osób, które mogą poprowadzić dla Was szkolenie ze Sprzedaży przez telefon.



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, negocjacji czy organizacji pracy.



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 komunikacji.

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