



Szczegółowy opis szkolenia:



NOWOCZESNE TECHNIKI 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
- 11** – Trenerzy
- 12** – Kontakt

Idea szkolenia

Czyli nasze podejście do nowoczesnej sprzedaży



Na tym szkoleniu staramy się podejść do sprzedaży z perspektywy **nowych narzędzi marketingowych** oraz **nowego paradygmatu biznesu**.

Co to właściwie oznacza? Klienci nie są jednorodni, każdy chce osiągnąć swój cel, każdy zachowuje się inaczej i trzeba to wziąć pod uwagę w czasie sprzedaży. Ważne jest, żeby znaleźć podobieństwa między sobą, a swoim klientem.

Na szkoleniu pomożemy Wam zrozumieć **DNA Waszej firmy**. Pokażemy Wam nowe technologie, które będą wspierać sprzedaż.

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

- ✓ Określenie celu negocjacji
- ✓ Rozpoznanie negocjatora (patrz temat poniżej „Z kim będę negocjował”)
- ✓ Określenie swoich zasobów/silnych stron/argumentów
- ✓ Identyfikacja potrzeb partnera/negocjatora

Przykładowe metody:



Piramida korzyści marki



Strategia sprzedaży

Przykładowe ćwiczenia:



Kluczowa piątka



Misja, wizja, cel

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

Przykładowe metody:



Kolorystyczne typy osobowości



PSI



PPPP



Buyer persona



Moc pytań – efekty

Przykładowe ćwiczenia:



Klient prawdę Ci powie



Wyróżniki A i B



Partner, wprowadzający, decydent

Program szkolenia (2/3)

Moduł 3

Kanały sprzedaży vs produkt/ usługa

- ✓ Określenie sprzedawcy jako kluczowego elementu w procesie sprzedaży oraz rozpoznanie jego atrybutów
- ✓ Wprowadzenie do kolorystycznych typów osobowości
- ✓ Określenie oraz zrozumienie stylów komunikacji i sprzedaży
- ✓ Komunikacja z klientem – jak mówić, aby być zrozumiałym, jak słuchać, aby poznać klienta, jakich słów używać a jakich unikać.

Przykładowe metody:



Kolorystyczne typy osobowości



Style komunikacji

Przykładowe ćwiczenia:



Kolorystyka w mailach



Fundamenty sprzedawcy



Cukierki



Słowa klucze

Moduł 4

Podstawy sprzedaży oraz procesu sprzedaży

- ✓ Skuteczna analiza potrzeb klientów,
- ✓ Sprawne negocjacje win-win
- ✓ Asertywność w biznesie

Przykładowe metody:



Metoda pinezki



Relacja jako klucz



Asertywność

Przykładowe ćwiczenia:



Negocjacyjny poker



Macierz sprzedażowa



Od ogółu do szczegółu

Program szkolenia (3/3)

Moduł 5

Nowe możliwości oraz nowe technologie

- ✓ Budowanie oferty według potrzeb klientów oraz produktowy język korzyści na podstawie nowoczesnych technologii – Canva
- ✓ Wąskie gardła procesu sprzedaży
- ✓ Zbudowanie strategii sprzedażowej
- ✓ Rozwój produktu oraz usługi
- ✓ Poznanie nowych możliwości rozwoju firmy w ramach LinkedIn.

Przykładowe metody:



Canva



LinkedIn



Strategia sprzedaży



Nowoczesne technologie



Storytelling



Upselling

Przykładowe ćwiczenia:



Projektowanie ofert



Bohater, przeszkoda, zmiana,

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