



Szczegółowy opis szkolenia:



SPRZEDAŻ PRZEZ TELEFON

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 sprzedaży przez telefon



Celem naszego szkolenia, jest poznanie różnych typów klientów wraz z nabyciem umiejętności, jak nawiązywać z nimi trwałe relacje biznesowe! Niech fakt, że się różnimy będzie ciekawą drogą, a nie przeszkodą do sprzedaży!

Dla kogo to szkolenie?

Nie tylko dla handlowców i telemarketerów, ale wszystkich stanowisk, na których telefon jest narzędziem sprzedaży. Polecane w szczególności dla:



SPRZEDAWCÓW



TELEMARKETERÓW



PRACOWNIKÓW OBSŁUGI
KLIENTA



SPECJALISTÓW DS.
KLIENTÓW KLUCZOWYCH

Korzyści dla firmy



Budowanie stałych źródeł przychodu

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



Zwiększenie efektywności pracowników

Dzięki poznaniu przez nich sposobów na umiejętne zarządzanie czasem w trakcie pracy z telefonem.



Budowanie zaufania do marki

Dzięki sprzedaży opartej na relacji, zamiast na skryptach



Poprawa morale i samopoczucia pracowników

Dzięki przełamaniu przez nich strachu związanego z rozmową telefoniczną i nowym klientem.

Korzyści dla pracowników



Pokonanie rutyny w sprzedaży telefonicznej

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



Poznanie siebie - Jakim sprzedawcą jestem?

I dlaczego jednym klientom sprzedaje mi się łatwiej, a innym gorzej?



Usprawnienie pracy z telefonem

Czyli na jakich klientów poświęcać najwięcej czasu, które etapy sprzedaży możemy uprościć, a na które poświęcić więcej uwagi.



Siła rozmowy vs mail

Dlaczego telefon do klienta jest tak ważny. Różnice w efektywności rozmowy, a wysłanego maila.

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.



TEORIA ERIKSONA

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.



MINI WYKŁADY

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



MODEL AIDA

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.



SZTUKA KOTWICZENIA

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

A także:



SPERSONALIZOWANA
SPRZEDAŻ



EMAPTYCZNE
SŁUCHANIE



UPSELLING



STYL PARTNERSKI

Program szkolenia (1/3)

Moduł 1

Wprowadzenie do tematu sprzedaży telefonicznej

- ✓ Czym jest dobry telemarketing?
- ✓ Walka z natłokiem sprzedażowych telefonów- czyli dlaczego nie warto przesadzić?
- ✓ Telefon vs mail – porównanie obu narzędzi sprzedażowych
- ✓ Analiza Twojego systemu CRM, czyli dlaczego dobrze zbudowana baza to podstawa
- ✓ Nauka tworzenia uwag dotyczących klienta, czyli moc Twoich własnych notatek!

Przykładowe metody:



Telemarketing



Styl partnerski



Empatyczne słuchanie



Miniwykład

Przykładowe ćwiczenia:



Pora na rozruch!



Dobra zabawa to podstawa

Moduł 2

Sprzedaż telefoniczna a sprzedaż b2b – czy spotkanie z klientem zawsze zwiększa sprzedaż?

- ✓ Wady i zalety sprzedaży przez telefon
- ✓ Wady i zalety sprzedaży b2b
- ✓ Kim jest dobry sprzedawca? Przypominamy sobie fundamenty!
- ✓ Powrót do początku, czyli jak każdy z nas rozumie sprzedaż w kontekście telemarketingu?
- ✓ Poznaj swojego klienta lepiej i wejdź w jego buty (dawna analiza konsumentów)

Przykładowe metody:



Spersonalizowana sprzedaż



Język korzyści



Upselling



Small talk

Przykładowe ćwiczenia:



Koło umiejętności



Stwórz swoje definicje



Dłoń klienta

Program szkolenia (2/3)

Moduł 3

Jaki jest Twój klient? Wprowadzenie do kolorystycznych typów osobowości w kontekście telemarketingu

- ✓ 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



Spersonalizowana sprzedaż



Kolorystyczne typy

Przykładowe ćwiczenia:



Do jakiego klienta dzwonię



Upselling w rozmowie tel.

Moduł 4

Sprawdź się w praktyce, czyli nauka prowadzenia rozmowy pod konkretny typ osobowości

- ✓ Ćwiczenia z Twoimi klientami – przypisanymi do danych kolorów
- ✓ Ocena siebie jako sprzedawcy
- ✓ Tworzenie oferty sprzedażowej, który przekona Ciebie do kupna Twoich usług/produktów
- ✓ Wykorzystanie reguł wpływu Cialdiniego do konkretnych typów klientów
- ✓ Jak nie wpaść w monotonię dzwonięcia i stać się lepszym telemarketerem

Przykładowe metody:



Teoria Cialdiniego



7 zasad pracy z własną efektywnością



Kolorystyczne typy



Win-Win

Przykładowe ćwiczenia:



Cukierki



360 stopni inaczej

Program szkolenia (3/3)

Moduł 5

Prowadzenie rozmowy tak, aby zbudować pozytywną relację z klientem

- ✓ Prowadzenie rozmowy telefonicznej w oparciu o zasadę WIN-WIN
- ✓ Relacja oraz styl partnerski jako klucz w procesie biznesowym
- ✓ Przeanalizowanie procesu sprzedaży i odpowiednie przygotowanie oferty
- ✓ Nauka radzenia sobie w sytuacjach trudnych podczas rozmowy z klientem
- ✓ Asertywność oraz pozytywny feedback w stosunku do klienta

Przykładowe metody:



Styl partnerski



Win-Win



Strategie sprzedaży

Przykładowe ćwiczenia:



Macierz sprzedażowa



Wyobraź sobie

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