

Emails w sprzedaży

Szczegółowa propozycja programu szkolenia

Cel szkolenia

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

Forma szkolenia / metody używane na szkoleniu

- **Ćwiczenia praktyczne** - Kluczowy element każdego efektywnego szkolenia – uczestnicy szkolenia wykonują we wsparciu trenera szereg ćwiczeń doskonalących nabywane przez nich umiejętności
- **Autorskie gry** - które mają na celu m.in zintegrowanie Uczestników, ale również poznanie kto kim jest i jaki ma naturalny styl komunikacji
- **Mni wykłady** - Pozwalają na przekazanie doświadczenia trenerów w krótki i przystępny sposób, usystematyzowanie wiedzy oraz zobrazowanie podejmowanych w trakcie warsztatów tematów.
- **Karty pracy** - Uczestnicy otrzymują karty pracy, które umożliwiają wykonanie ćwiczeń w przejrzysty sposób. Uczestnikami zatrzymują je, a wypracowane w ten sposób materiały pomagają w pracy po szkoleniu.
- **Cykl kolba** - Sposób uczenia się, który jest oparty na 4 etapach - uczenie się przez doświadczanie. Ważnym elementem jest dopasowanie do osobistego stylu każdego z nas.

Propozycja programu szkolenia

Poniżej znajduje się propowany przez nas zakres szkolenia. Proszę pamiętać, że zostanie on elastycznie **dopasowany do Państwa potrzeb**.

Moduł 1.

Wprowadzenie do tematu e-maili w sprzedaży

Jaki jest tak naprawdę dobry email marketing?

Omówienie kluczowych zasad skutecznego e-mail marketingu – od personalizacji po angażującą treść i estetyczny wygląd wiadomości.

Zalety i wady sprzedaży poprzez e-maile

Uczestnicy przeanalizują mocne i słabe strony komunikacji e-mailowej w sprzedaży, ucząc się, jak maksymalnie wykorzystać jej potencjał.

Telefon jako dopełnienie wysłanej wiadomości, czyli zrobmy tak, aby Twoje maile nie trafiały do spamu

Uczestnicy poznają sposoby integrowania komunikacji e-mailowej z kontaktem telefonicznym. Zrozumieją, jak zwiększyć skuteczność kampanii mailowych poprzez działania follow-up.

Jak wychwycić dobry moment na podestanie e-maila, aby nie zgubił się na tle konkurencji

Szkolenie pokaże, jak planować wysyłkę e-maili w odpowiednim czasie, aby zwiększyć ich otwieralność i skuteczność.

Analiza bazy klientów i ich adresów mailowych – czyli dlaczego tak ważne jest, aby wiedzieć, do kogo i jak często wysyłamy wiadomość

Uczestnicy dowiedzą się, jak analizować i segmentować bazy danych, by lepiej dopasowywać treść wiadomości do odbiorcy.

Moduł 2.

E-mail marketing w Waszej organizacji

Analiza wybranych przez uczestników e-maili

Uczestnicy dokonają analizy własnych wiadomości mailowych, otrzymując wskazówki, jak zwiększyć ich skuteczność.

Poznanie Twojego stylu w korespondencji

Uczestnicy określą swój indywidualny styl pisania wiadomości i nauczą się, jak go dostosować do różnych typów klientów.

Najważniejsze zasady w tworzeniu e-maili personalizowanych i tych w newsletterze

Uczestnicy poznają techniki personalizacji wiadomości oraz sposoby utrzymania spójności komunikacji w newsletterach.

Tworzenie wiadomości pod konkretnego klienta, czyli jak Twój poświęcony czas zwiększy sprzedaż

Uczestnicy nauczą się tworzyć spersonalizowane wiadomości dopasowane do profilu i potrzeb konkretnych odbiorców.

Przygotowanie planu mailingowego na dzień/tydzień/miesiąc

Szkolenie pokaże, jak planować wysyłki w sposób systematyczny, aby zwiększyć ich skuteczność i budować relację z klientami.

Moduł 3.

Typy osobowości i ich wpływ na e-mail marketing

Wprowadzenie do tematu typów osobowości

Wprowadzenie do koncepcji typów osobowości, które pomagają lepiej zrozumieć styl odbiorcy.

Jakim typem jesteś i co to właściwie oznacza (test)

Uczestnicy wykonają test określający ich dominujący typ osobowości, by zrozumieć swój styl komunikacji.

Poznanie sposobów komunikacji dla każdego z typów

Uczestnicy dowiedzą się, jak różne typy osobowości odbierają komunikację mailową i jak się do nich dostosować.

Jakich słów/wyrazów używać, aby dotrzeć do poszczególnych klientów?

Uczestnicy poznają skuteczne techniki językowe dopasowane do stylu komunikacji poszczególnych typów klientów.

Krótkie instrukcje obsługi dla każdego z typów

Uczestnicy otrzymają praktyczne wskazówki, jak komunikować się z każdym typem osobowości w kontekście sprzedaży mailowej.

Moduł 4.

Sprawdź się w praktyce, czyli nauka tworzenia maila pod konkretny typ osobowości

Ćwiczenia z prawdziwymi mailami przypisanymi do danych typów

Uczestnicy przećwiczą analizę i pisanie maili dopasowanych do poszczególnych typów osobowości klientów.

Tworzenie maila sprzedażowego, który przekona Ciebie do kupna Twoich usług/produktów

Praktyczne ćwiczenie polegające na napisaniu maila sprzedażowego, który angażuje i motywuje do zakupu.

Wykorzystanie reguł wpływu Cialdiniego do konkretnych typów klientów

Uczestnicy poznają reguły perswazji Cialdiniego i nauczą się stosować je w e-mailach do różnych typów klientów.

Jak stworzyć długą relację i historię mailową, która zaprowadzi Cię do sprzedaży

Uczestnicy dowiedzą się, jak tworzyć ciąg komunikacyjny budujący relację z klientem i prowadzący do decyzji zakupowej.

Korzyści, które osiągniecie dzięki szkoleniu!



Oto realne korzyści, które możecie osiągnąć dzięki uczestnictwu w tym szkoleniu, dopasowanym do Waszych potrzeb.



Optymalizacja wskaźników otwieralności i klikalności

Skuteczne e-maile sprzedażowe to takie, które nie tylko docierają do odbiorcy, ale również wzbudzają jego zainteresowanie. Szkolenie pomoże uczestnikom zrozumieć, jak poprawić wskaźniki otwieralności (open rate) oraz klikalności (click-through rate).



Lepsze zrozumienie analityki e-mailowej

Dzięki szkoleniu uczestnicy dowiedzą się, jak korzystać z narzędzi analitycznych do monitorowania wyników swoich kampanii e-mailowych. Nauczą się, jak interpretować statystyki dotyczące otwieralności, klikalności, rezygnacji z subskrypcji oraz konwersji.



Efektywne follow-upy

Kontynuacja kontaktu z klientem po pierwszym e-mailu to kluczowy element sukcesu w sprzedaży. Uczestnicy szkolenia dowiedzą się, jak pisać skuteczne follow-upy, które zachęcą klienta do odpowiedzi, a jednocześnie nie będą natarczywe.



Automatyzacja komunikacji sprzedażowej

Szkolenie dostarcza także wiedzy na temat narzędzi automatyzacji e-mail marketingu, takich jak systemy CRM, które ułatwiają monitorowanie interakcji z klientami i automatyczne wysyłanie wiadomości na podstawie ustalonych warunków.



Personalizacja komunikacji sprzedażowej

Jednym z kluczowych aspektów skutecznych e-maili w sprzedaży jest personalizacja. Podczas szkolenia uczestnicy nauczą się, jak personalizować wiadomości, aby lepiej odpowiadać na indywidualne potrzeby i preferencje klientów.