



Techniki sprzedaży

- Odbiorcy:** Kierownicy, doradcy handlowi, pracownicy działów handlowych, obsługi klienta, sprzedaży, marketingu oraz przedstawiciele handlowych.
- Cele:**
- Rozpoznawanie rzeczywistych potrzeb klienta i kreowanie tych potrzeb w prawidłowym kontakcie z klientem.
 - Doskonalenie technik sprzedaży z wykorzystaniem elementów asertywności i umiejętności postępowania z trudnymi klientami;
 - Rozwój umiejętności z zakresu autoprezentacji, negocjacji i komunikacji.
- Korzyści:**
- Umiejętność przeprowadzania właściwej autoprezentacji,
 - Rozpoznawania typów klientów i dopasowywania się do ich potrzeb,
 - Tworzenia dobrego klimatu w procesie sprzedaży,
 - Wykorzystywania odpowiednich technik negocjacji i asertywności
 - Reagowanie na skargi i reklamacje klienta.
- Tematyka:** Rodzaje klientów i ich zachowania; Wizerunek pracownika zachowania i postawy; Sztuka autoprezentacji; Proces sprzedaży; Obsługa klienta po sprzedaży; Techniki negocjacyjne, zachowania asertywne
- Metody:** Warsztaty interaktywne: wykład, dyskusja, analiza przypadków. Ćwiczenia oparte na analizie rzeczywistych sytuacji problemowych i na studiach przypadków; gry symulacyjne, praca z kamerą video.
- Czas trwania:** 2 dni (16 h)
- Program:**
- Wprowadzenie do tematu szkolenia
 - Etapy procesu sprzedaży.
 - Dobra komunikacja interpersonalna – podstawą sukcesu w biznesie.
 - Prowadzenie rozmowy telefonicznej.
 - Przygotowanie rozmowy - wiedza, środki, strategia.
 - Autoprezentacja – Co jest ważne?
 - Ćwiczenia „Spotkanie z klientem”.
 - Prezentacja produktu.
 - Wpływanie na decyzje klienta.
 - Metody argumentacji cenowej.
 - Konflikt, style rozwiązywania.
 - Asertywność – sposób na bronienie swoich interesów.
 - Trudny klient – charakterystyka. Ćwiczenie "Jak sobie radzić z trudnym klientem?"
 - Cechy dobrego handlowca.