



Навыки продаж B2B

Программа тренинга:

- Основные этапы продажи
- Характеристики и выгоды продукции
- Методика преодоления реально существующих возражений

Тип тренинга: корпоративный.

Аудитория: Сотрудники, напрямую контактирующие с закупщиками.

Описание: Особенность этой программы – фокус на работу с конкретным товаром или услугой данной компании. На каждом этапе программы, используя полученные теоретические знания, участники тренинга разрабатывают инструменты для своей повседневной работы. Один из важнейших компонентов правильного взаимодействия с покупателем – формулировка характеристик и выгод продукта или услуги. Также в программе подробно рассматривается методика преодоления возражений.

Содержание:

1. Подготовка

- Сбор информации
- Тип клиента (по внутренним стандартам компании)
- SWOT - анализ
- Стратегические цели клиента
- Текущие цели
- Наличие поставщиков-конкурентов
- Предполагаемый ассортимент
- Минимальный/ максимальный объем заказа
- Порядок оплаты
- Возможные возражения
- Необходимое сопровождение

2. Контакт

- Представление
- Комплемент
- «Малый разговор»

3. Выявление потребностей

- Виды вопросов
- Активное слушание
- Воронка вопросов



4. Презентация

- О компании, о продукции, экспертность
- Визуализация/ образцы
- Логическое обоснование
- Характеристики и выгоды

5. Преодоление возражений

- Различие между возражениями и отговорками
- 6 шагов алгоритма преодоления возражений
- Рефреминг возражений

6. Продажа

- Приёмы стимулирования
- Резюме по SMART
- Позитивное завершение

7. Сопровождение клиента

- Поддержка (консультации, визиты, звонки)
- Работа с командой клиента
- «Обратная связь»

Корпоративный вариант тренинга имеет дополнительные преимущества, так как компания, по окончании тренинга, получает общий стандарт ведения продажи и преодоления возражений.

Методы обучения

В ходе тренинга используются: тестирование участников, мини-презентации теоретического материала, деловые игры, упражнения, разбор практических заданий, работа с учебными пособиями.

Каждый участник получает набор раздаточных материалов.

Продолжительность: дней - 2, академических часов – 16.

Количество участников: до 12 сотрудников, при увеличении количества стоимость возрастает

Место проведения: Москва. Если тренинг проводится вне Москвы – дополнительные условия необходимо согласовывать отдельно