

Program szkolenia Proces Sprzedaży z wykorzystaniem AI

Czas trwania warsztatów: 2 dni

Cele projektu szkoleniowego

- Dostarczyć narzędzi do prowadzenia efektywnej sprzedaży.
- Zapoznać z procesem sprzedaży.
- Nauczyć rozwijać profesjonalne postawy handlowe.
- Wspierać w skutecznym zarządzaniu procesem sprzedaży.
- Nauczyć, jak pozyskiwać nowych klientów.
- Dostarczyć technik i narzędzi skutecznego zdobywania nowych rynków.
- Zapoznać z metodami budowania relacji z klientem.

Korzyści z ukończenia szkolenia

Uczestnik po ukończeniu szkolenia:

- zna etapy procesu sprzedaży i potrafi się po nich elastycznie poruszać,
- potrafi zadbać o bezpieczeństwo Klienta na każdym etapie procesu sprzedaży,
- umie spojrzeć na sprzedawany produkt oczami Klienta i prowadzić rozmowę w oparciu o jego potrzeby,
- umie zastosować Storytelling podczas rozmowy handlowej,
- umie ujawniać zastrzeżenia Klienta i reagować na nie,
- zna kilkanaście sposobów zamknięcia sprzedaży i potrafi dopasować kilka do konkretnego Klienta,
- widzi i rozumie potrzebę prowadzenia sprzedaży w sposób relacyjny,
- potrafi kontynuować sprzedaż i budować relacje z Klientem.

Część 1

Czym jest proces sprzedaży i po co zabierać w tę drogę Klienta?

Cele

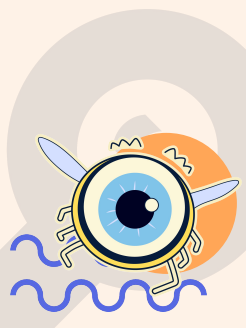
- Zweryfikować posiadaną wiedzę przez uczestników odnośnie procesu sprzedaży.
- Unaocznic wpływ postawy i przekonań handlowca na efektywność spotkania z Klientem.
- Cele i potrzeby dwóch stron relacji – handlowiec vs. Klient.
- Odpowiedź na pytanie - Czy jako handlowiec widzisz koniec drogi? Umiejętne określanie celów.

Część 2

Jak dojść do celu, czyli kolejne etapy procesu sprzedaży.

Cele

- Etapy procesu sprzedaży – proces uniwersalny.
- Kluczowe zasady handlowca na każdym z etapów – od słuchania do aktywnej komunikacji.
- Otwarcie sprzedaży, czyli znaczenie pierwszego kontaktu.
- Znaczenie przekazu werbalnego i niewerbalnego – podstawy języka perswazji.



Część 3

Klient prowadzi na manowce – zastrzeżenia jawne i ukryte. Jak ujawniać i rozbijać?

Cele

- Pokazać na jakich etapach mogą pojawić się zastrzeżenia i obiekcje Klienta.
- Zapoznać z różnymi typami zastrzeżeń i obiekcji.
- Nauczyć metod ujawniania zastrzeżeń i obiekcji.
- Nauczyć proaktywnej postawy w momencie pojawienia się zastrzeżeń i obiekcji.
- Wyposażyć w narzędzia rozbijania zastrzeżeń i obiekcji Klienta, w tym, m.in. zamiany na pozytyw.

Część 4

Klient widzi wyjście – czyli jak i kiedy zamykać proces sprzedaży?

Cele

- Kiedy jest odpowiedni moment na zamknięcie sprzedaży – czy czekać do końca rozmowy, czy może „atakować” wcześniej?
- Sygnały świadczące o gotowości Klienta do finalizacji sprzedaży.
- Konsekwencje nieuchylenia wszystkich zastrzeżeń Klienta.
- Techniki zamknięcia sprzedaży – jedna, dwie czy może kilkanaście, które warto mieć pod ręką?

Część 5

Potrzeby, potrzeby i jeszcze raz potrzeby...

Cele

- Nauczyć prowadzić rozmowy z klientami i rozpoznawać ich potrzeby.
- Nauczyć, jak radzić sobie w trudnych sytuacjach.
- Zapoznać ze sposobami skutecznej komunikacji sprzedażowej.
- Nauczyć rozpoznawać sygnały niewypowiedziane słowami, aby lepiej rozumieć potrzeby klienta.

Część 6

Wykorzystanie AI w sprzedaży

Cele

- Pokazać możliwości AI, które pomogą ulepszać własny warsztat sprzedażowy.

