

NAJNOWSZY MODEL SPRZEDAŻY – NEW CHALLENGE SALES MODEL

Harmonogram szkolenia:

8.00 – 8.30	rejestracja uczestników
8.30 – 10.00	I blok tematyczny
10.00 – 10.15	przerwa
10.15 – 11.45	II blok tematyczny
11.45 – 12.00	przerwa
12.00 – 13.30	III blok tematyczny
13.30 – 14.15	przerwa obiadowa
14.15 – 15.45	IV blok tematyczny
15.45 – 16.00	sesja pytań, zakończenie szkolenia

Termin i miejsce szkolenia: 14 października 2021 r. / Szczecin

Cel szkolenia – poznanie nowego rewolucyjnego podejścia do sprzedaży – New Challenge Sales Model.

Podczas szkolenia opartego na studium przypadku, z wykorzystaniem wiedzy i doświadczenia uczestników szkolenia w obszarze sprzedaży wspólnie odpowiemy na pytania:

- jakie korzyści osiągniemy dzięki sprzedaży challenger?
- czym charakteryzuje się „podejście Challengeera”?
- w jakim stopniu jestem challengerem?
- jakie są moje relacje z Klientami? Co mogę w nich zmienić?
- jak sprzedawać Klientowi, który teoretycznie wszystko ma?

Program szkolenia:

I BLOK MERYTORYCZNY

Rewolucja w sprzedaży – New Challenge Sales Model – czyli jak sprzedawać w trudnych i wymagających czasach rynkowych. Moja droga do sprzedaży rozwiązań.

- **quiz** czy wiem jaki jest mój model sprzedaży, mój styl pracy, a oczekiwania Klienta / rynku
- etapy i techniki sprzedaży - krok po kroku do opracowania mojej ścieżki do sukcesu. Symulacja sprzedaży produktów / usług uczestników szkolenia – różne drogi do sukcesu przepis jak wybrać tą najkrótszą i najskuteczniejszą.
- najnowsza psychologia sprzedaży i zakupów – teoria a praktyka działania.

Podejście Challenger – czy wiem kim jestem? Czy wiem jak zmienić swoje nastawienie i nawyki w sprzedaży?

- Poznaj biznes klienta – zostań jego coachem. Bądź jego siłą napędową, inspiruj, motywuj do działania – bądź jego partnerem biznesowym. Mój styl działania – test osobowościowy.
- Klient i jego osobiste potrzeby – poznaj je i zaproponuj najlepsze rozwiązanie.

II BLOK MERYTORYCZNY

Typy klienta – sposób skutecznej sprzedaży i komunikacji

- Rozpoznanie charakterystyki klienta
- Dopasowanie stylu do typu klienta
- Wpływ poprzez wartości klienta

Skuteczna sprzedaż a osobowość

- Rozpoznawanie typów osobowościowych Klientów
- Świadomość przewagi ograniczeń własnego typu osobowości w procesie sprzedaży
- Motywowanie i dobór reakcji czterostrefowy model zachowań
- Samopoznanie i ocena innych w zależności od typu osobowości
- Efektywne wywieranie wpływu na osoby o różnych typach osobowości

Kluczowe elementy skuteczności rozmów handlowych – symulacja rozmów handlowych

Analiza osobowości uczestników w oparciu o test osobowości TTI Ltd. INSIGHTS Analysen by SCHEELEN Institut für Managementberatung und Bildungsmarketing

- Świadoma budowa wizerunku – Kogo chcę pokazać
- Przełamywanie barier komunikacyjnych i łamanie stereotypowych zachowań
- Strategia oparta na Analizie Obszaru Rozmowy

Rozmowa sprzedażowa - techniki sprzedaży i komunikacji z Klientem

- „Nie” warunkowe i „nie” rozstrzygające. Kiedy Klient odmawia, a kiedy nie jest przekonany? Jak zmienić „nie” warunkowe na „tak”? – pokonywanie obiekcji
- Asertywne odmawianie i proszenie
- Kiedy można, a kiedy nawet trzeba powiedzieć „NIE” proponując jednocześnie alternatywne rozwiązania
- Asertywna informacja zwrotna
 - NIE KOP czyli: nie KRYTYKUJ, nie OCENIAJ, nie PROWOKUJ (PONIŻAJ)
 - UFO - ustosunkowanie + fakty + oczekiwanie
 - FUKO - fakty + uczucia + konsekwencje + oczekiwanie
 - FUO + 2K - zależy mi + fakty + ustosunkowanie + oczekiwanie + konkret + kontrakt
 - FUKOZ - fakty + uczucia + konsekwencje + oczekiwania + zaplecze

III BLOK MERYTORYCZNY

- Zestawy technik postępowania w trudnych, konfliktowych sytuacjach – burza mózgów
 - Asertywne reagowanie na krytykę ze strony klientów – zasady
 - Jak reagować na propozycje korupcyjne
 - Jak reagować na nieprawdziwe zarzuty klienta
 - Jak reagować na aluzje i utrudnianie działań
 - Korzystanie z doświadczeń płynących z przeżytych sytuacji trudnych z klientami
 - Wykorzystanie sytuacji niezadowolenia jako okazji do świadczenia usługi doradczej
 - Proponowanie rozwiązań w przekonujący sposób; uświadamianie klientowi zaangażowania i profesjonalizmu własnej organizacji
 - Skuteczne radzenie sobie z trudnymi zachowaniami klientów, np. jak dojść do porozumienia z klientem antagonistą?
 - Klient zdenerwowany – przydatne zwroty i schemat reagowania; przyjmowanie skarg i reklamacji klientów, itp.

Zamykanie sprzedaży

- Standardowe sposoby finalizacji
- Nieszablonowe strategie finalizacji
- „Nie” warunkowe i „nie” rozstrzygające. Kiedy Klient odmawia, a kiedy nie jest przekonany? Jak zmienić „nie” warunkowe na „tak”?

Cechy efektywnego menedżera sprzedaży

- Czy każdy może być menedżerem? Menedżer wczoraj i dziś – na którym etapie jestem – test osobowościowy
- Profil efektywnego menedżera – czy są gotowe recepty?

IV BLOK MERYTORYCZNY

New Challenge Sales Model – sprzedaż w Internecie

- Komunikacja z Klientem w sieci – jak wykorzystać nowy model sprzedaży w wirtualnej rzeczywistości
- Social media drogą do sukcesu – czy w sieci jestem challengerem?

Sesja pytań. Zakończenie szkolenia.