

AKADEMIA ROZWOJU HANDLOWYCH TALENTÓW



KOMPENDIUM WIEDZY DLA HANDLOWCA





CELE PROGRAMU

- Podniesienie efektywności handlowej zespołu,
- Kompleksowe zbudowanie kompetencji handlowych zespołu przedstawicieli handlowych,
- Wdrożenie systemu planowania i analizowania auto-efektywności handlowej,
- Zbudowanie skutecznej strategii handlowej dla rynku,
- Wprowadzenie procesu handlowego od A do Z,
- Trening kompetencyjny w pełnym przekroju procesu handlowego,
- Praca nad wzmocnieniem proaktywnej postawy w prowadzonych procesach handlowych z klientami.

Proponowany program treningów handlowych:



Strategia handlowa

- Sprzedaż transakcyjna vs. sprzedaż doradcza – analiza założeń.
- Strategie handlowe – krytyczna analiza dostępnych strategii.
- Analiza rynku, na którym działamy – praktyczne aspekty.
- Analiza procesu zakupowego potencjalnych klientów firmy.
- Filozofia sprzedaży opartej na wartościach.
- Jednorazowy „strzał” czy relacja i długofalowa współpraca.
- Jak grać strategicznie – proces zakupowy klienta czy nasz proces sprzedaży?
- Opracowanie i przyjęcie strategii handlowej.
- Kluczowe kroki w procesie handlowym.
- Warsztat: 4 perspektywy zakupowe - wypracowanie potencjalnych korzyści (wartości) na bazie 4 perspektyw.

01

Efektywność w pracy przedstawiciela handlowego

- Konwersja handlowa – analiza modelu na podstawie przyjętego procesu sprzedaży.
- Lejek sprzedaży – ile musimy „wlać”, żeby wyciekło tyle ile chcemy?
- Planowanie sprzedaży – cykle.
- Analiza handlowa – obroty, marża, handlowy ROI, ocena poziomu relacji.
- Cele kluczowe i cele awaryjne w pracy przedstawiciela handlowego.
- Opracowanie i wdrożenie tabeli celów handlowych.
- Zasady pracy indywidualnej z celami handlowymi.
- Trening pracy z celami handlowymi + feedback.



Segmentacja klientów

- Co to jest terytorium sprzedaży?
- Wprowadzenie modelu segmentacji.
- Klient warunkowy, rekomendacyjny, konkurencyjny, pożądany – określenie głównych cech.
- Case study „Restauracja”.
- Analiza portfela aktualnych klientów na bazie modelu.
- Potencjał klienta – analiza.
- Praktyczne przypisanie nowych klientów do poszczególnych segmentów.
- Trening pracy z modelem segmentacji na bazie potencjalnych klientów – wyznaczenie dobrych, potencjalnych klientów.

Prospecting handlowy

- Elementy lead generation – praktyka pozyskiwania i inicjowania kontaktu handlowego.
- Źródła leadów – strony branżowe, portale profesjonalistów, LinkedIn, zimne telefony, polecenia, bazy danych, inne.
- Metody pozyskiwania leadów – omówienie najskuteczniejszych.
- Pierwszy kontakt – cele, filozofia.
- Praktyczne wypracowanie treści zapraszających do relacji handlowej.
- Trening - testy szukania leadów handlowych + feedback.
- Przekazanie zadań wdrożeniowych dla uczestników.



Ważne elementy psychologii w relacji z nowym klientem – umawianie spotkań i skuteczne otwarcie rozmowy z nowym klientem (telefon/mail/on-line).

- Historia z nowym dyrektorem handlowym.
- Model projekcji psychologicznej.
- Techniki wykorzystania lub ograniczania wpływu projekcji.
- Odniesienia do kontaktu z nowym klientem.
- Zasada wzajemności i zaangażowania w relacji z klientami.
- Opracowanie 2-3 otwarć rozmowy zabezpieczające kontakt handlowy.

Przechodzenie blokad u nowych klientów – radzenie sobie z wstępnymi obiekcjami, inicjowanie kontaktu i umawianie spotkań handlowych

- Inicjowanie kontaktu z osobą decyzyjną.
- Techniki przechodzenia „bramkarzy”.
- Metoda relacyjna.
- Technika dostosowania do motywacji „bramkarza”.
- Trening radzenia sobie z „bramkarzami”.
- Skuteczne otwarcie rozmowy handlowej z nowym klientem.
- Wypracowanie reakcji na wstępne „blokery” (z doświadczeń uczestników szkolenia).
- Specyfika kontaktu w różnych kanałach kontaktu.
- Trening umiejętności rozmowy w kontakcie telefonicznym z nowym klientem – umawianie spotkań handlowych + feedback.



Diagnoza wartości zakupowych klientów – analiza potrzeb klienta

- Waga decyzyjna klientów.
- Ćwiczenie „Maga” – analiza potrzeb.
- Narzędzia diagnozy – przegląd i przydatność poszczególnych narzędzi.
- Gra szkoleniowa „Droga pytań”.
- Analiza doświadczeń z gry.
- Skuteczne modele diagnozy wartości zakupowych klienta.
- Wypracowanie modelu diagnozy.
- Trening diagnozy potrzeb klienta w strukturach 3-osobowych (z obserwatorem) + feedback.

04

Prezentacje handlowe i prezentacja wartości wynikających z współpracy

- Gra szkoleniowa „Wybory”.
- Analiza doświadczeń z gry.
- Wykres skuteczności prezentacji według N. Rackhama.
- Prezentacja – model P-C-K, technika S-E-L-L.
- Sekwencja PO-W-E-R.
- Story-telling w praktyce prezentacji handlowej.
- Wypracowanie modelu prezentacji.
- Praktyczny trening prezentacji handlowych – od analizy wartości do przygotowania prezentacji + feedback.
- Przekazanie zadań wdrożeniowych dla uczestników.



Wystąpienia publiczne – prezentacje handlowe

- Analiza audytorium – zasady.
- Struktura skutecznej, publicznej prezentacji handlowej.
- Przygotowanie prezentacji handlowej – scenariusz wystąpienia.
- Auto-praca z emocjami przed prezentacją handlową.
- Jak otworzyć prezentację, żeby było ciekawie i żeby „zrzucić matkę” z placów?
- Wypracowanie 2-3 otwarć.
- Niewerbalne aspekty wystąpień publicznych – na co warto zwrócić uwagę?
- Film szkoleniowy – „Mowa ciała w praktyce”.
- Treści w wystąpieniu prezentacyjnym – prezentacja wartościami klienta.
- Praca przykładami – model B-Z-J.
- Story-telling w praktyce wystąpień publicznych.
- Zamykanie prezentacji i dyskusja moderowana.
- Odpowiadanie na pytania.
- Trening prezentacji w formie wystąpień publicznych.

05



Zastrzeżenia i obiekcje klientów

- Ćwiczenie „Czerwona kartka”.
- Analiza „nie” klienta.
- Model SAO - Sekwencja Analizy Obiekcji.
- Techniki analizy obiekcji + wyjście do wzmocnienia skuteczności sprzedaży.
- Technika PIW-O
- Wypracowanie konkretnych reakcji na różne obiekcje (z doświadczeń uczestników szkolenia).
- Trening praktyczny radzenia sobie z obiekcjami, zastrzeżeniami klienta w strukturach 3-osobowych - Analiza obiekcji + feedback.

06

Techniki domykania i kontraktowania współpracy z nowymi klientami

- Techniki finalizacji sprzedaży.
- Technika kontraktowania w sprzedaży.
- Kontraktowanie długofalowej współpracy.
- Ćwiczenie „Zamykanie sprzedaży” – ćwiczenie w parach.
- Trening praktyczny - Poligon handlowy – praktyczny, rozbudowany trening prowadzenia rozmów handlowych z nowymi klientami w oparciu o stworzone case study (przykład konkretnego klienta).
- Przekazanie zadań wdrożeniowych dla uczestników.



Negocjacje handlowe

- Negocjacyjna gra symulacyjna „Transakcja” + analiza, wnioski + feedback.
- Przygotowanie do negocjacji – praktyczne wskazówki oraz częste błędy w przygotowaniach do rozmowy negocjacyjnej.
- Praktyczne użycie techniki „Pająka” w przygotowaniu do negocjacji – tworzenie pola negocjacji,
- Otwarcie rozmowy negocjacyjnej – schemat.
- Argumentowanie i kontrargumentowanie w negocjacjach.
- Techniki negocjacyjne – doświadczenia uczestników szkolenia.
- Techniki negocjacyjne – poziom podstawowy (według doświadczeń uczestników).
- Techniki negocjacyjne – poziom zaawansowany.
- Wybór technik do stosowania.
- Trening pracy technikami negocjacyjnymi + feedback.
- Techniki relacyjne i techniki manipulacyjne w negocjacjach – co się bardziej opłaca?
- Reagowanie na wybrane techniki manipulacyjne stosowane przez klientów.
- Tak tyczny zbudowanie sekwencji obrony ceny.
- Trening negocjacji handlowych oparty na scenkach handlowych (z realiów uczestników szkolenia) + feedbacki.
- Podsumowanie programu rozwojowego. Przekazanie zadań wdrożeniowych dla uczestników.

07-

08

Poznaj nasz elitarny program dla handlowców!

Akademię Rozwoju Handlowych Talentów kierujemy do przedstawicieli handlowych, zespołów sprzedażowych i właścicieli firm, którzy odpowiedzialni są za sprzedaż. Udział w Akademii pozwoli firmom:

- Zwiększyć sprzedaż poprzez **skuteczniejszą segmentację klientów**,
- Efektywniej pozyskiwać nowych klientów poprzez **profesjonalny prospecting**,
- Poprawić jakość **interakcji z klientem** i zmniejszyć obiekcje,
- Zwiększyć efektywności **prezentacji handlowych i negocjacji**,
- Skrócić cykl sprzedażowy i **zwiększyć konwersje**.

Liderzy firmy będą na bieżąco informowani postępach rozwojowych uczestników oraz (w celu wzmocnienia treningowego umiejętności) proszeni o wyznaczanie celów handlowych.

Kontakt

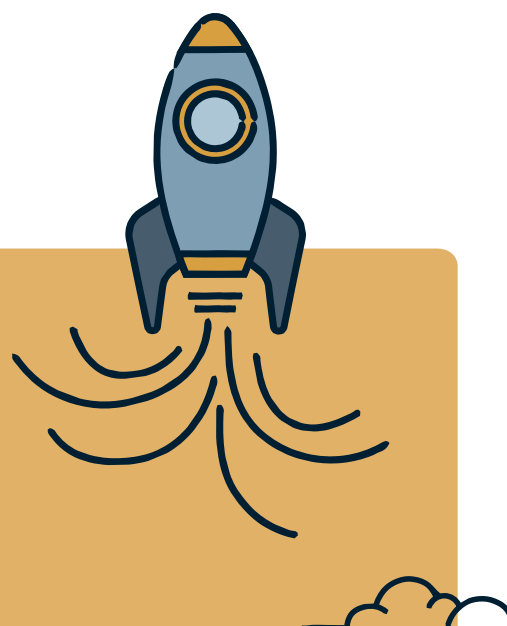


Kamila Kowalska

Wiceprezes

+48 697 316 309

k.kowalska@humanpartner.pl



Dla firm

Nasze usługi obejmują **customizację**, na którą składają się:

1. Badanie potrzeb szkoleniowych
2. Współprojektowanie **celów szkolenia**
3. Dostosowanie programu, w tym opracowanie case'ów warsztatowych na podstawie realiów i wyzwań organizacji
4. **Pomiar efektów** szkolenia i raporty trenerskie opisujące wyzwania uczestników związane ze sprzedażą oraz praktyczne rekomendacje
5. Wzmacnianie efektywności szkoleń poprzez różne narzędzia np. **follow-up**