

ПРОДАЖИ ПО ТЕЛЕФОНУ



Цели тренинга

- Сформировать базовые знания теории продаж
- Отработать ключевые техники продаж
- Сформировать необходимые для работы установки мышления

Целевая аудитория:

- начинающие торговые представители
- торговые представители, не прошедшие обучения;
- супервайзеры и менеджеры торговых команд

Продолжительность:

- 2 дня

Программа курса:

1. Продажа и продавец

- Определение продажи
- Роль, позиция и ответственность торгового представителя. Необходимые профессиональные качества.
- Этапы профессиональной продажи.
- Барьеры в продажах
- Типичные ошибки. Как провалить продажу.

2. Продажи по телефону

- Специфика продаж по телефону.
- Ключевые требования
- Сценарии телефонных продаж. Исходящий звонок. Повторный исходящий звонок. Входящий звонок от Клиента.

3. Подготовка

- Структура подготовки к ведению продаж.
- Информация, которая понадобится. Сбор информации.
- Профессиональная постановка целей продаж.
- Психологическая готовность. Приемы психологической настройки.

4. Контакт

- Проходим «секретаря».
- Первые слова. Формируем первое впечатление. Зачем и какое?
- Способы установления контакта.
- Подстраиваемся. Типы клиентов.
- Особенности общения по телефону. Каналы восприятия информации. Воздействуем голосом.

5. Потребности. Что хочет услышать Клиент? Что я предложу Клиенту?

- Переход к выявлению потребностей.
- Допрос или беседа?
- Вопросы, которые нужно задавать. Вопросы, которые не нужно задавать.
- Типы потребностей. Рациональные и эмоциональные потребности.
- Клиент не всегда знает. Формируем и закрепляем потребность.

6. Товар лицом

- Переход к презентации Выгод.
- Язык пользы. Рассказываем о товаре на языке пользы.
- Связываем Свойства и Выгоды.
- Отмечаем реакции клиента

7. Работаем с возражениями и сопротивлениями

- Типы возражений и сопротивлений. Выясняем причины.
- Самые распространенные возражения и правила работы с ними.
- Рациональные возражения. Ключевые техники убеждения.
- Эмоциональные возражения. Гасим эмоции.

8. Делаем предложение

- Замечаем реакции Клиента. Сигналы, которые дают нам Клиенты.
- Несколько эффективных способов получить «да»
- Подкрепляем желание Клиента купить

9. Если все же «нет»: остаемся на связи. Расширяем базу

- Зачем это нужно
- Мотивируем Клиента к дальнейшим контактам
- Запрашиваем рекомендации.
- Клиентская база данных
- Дисциплина. Повторные звонки.

10. Интеграция знаний и навыков. Практика. Практика. Практика.