

Мурат Тургунов

тренинг

**Активные
продажи в b2b**

мастер-класс

Кому адресована программа: Руководителям отделов продаж и менеджерам по продажам занимающихся активными продажами, и у которых длительный цикл продаж

Цель программы: Научить участников методам продаж и взаимодействия с клиентом, используя которые, можно будет заключать больше сделок

Решаемые в тренинге задачи:

1. Повышение эффективности работы сотрудников отдела продаж, увеличение объема продаж
2. Повышение мотивации к действию и устранение помех при работе с клиентами
3. Обучение продажам в условиях жесткой конкуренции и увеличение количества и качества сделок

Характеристики процесса продаж в сфере b2b:

- Предложения рассматриваются коллективно, а не индивидуально (в крупных компаниях первое лицо зачастую осознанно делегирует полномочия «вниз», чтобы повысить свой статус, облегчить себе работу)
- Решения принимаются не на эмоциях конкретной личности, а на основе рациональных данных и объективных фактах (выгода для компании)
- Длительный цикл продаж (переговоры поэтапно)
- Большое значение приобретает репутация компании-поставщика

Компетенция продавца

- Что должен знать и уметь профессиональный продавец
- Продавать «себя и компанию» вместе с продуктом
- Эффективные способы полного устранения сомнений и страхов
- 10 правил высокоэффективных продавцов

Подготовка к реальным продажам

- Позиционирование: продавец-продукт-компания
- SWOT-анализ конкурентов
- Основные правила работы с новыми и существующими клиентами
- Эффективные методы поиска клиентов и алгоритм поисковых систем
- Как составить досье на потенциального клиента
- Разработка инструментов продаж: коммерческие предложения, маркетинговые пакеты, продающие письма

Способы вхождения в контакт

- Психология первичного контакта с клиентом по телефону
- Структура телефонного разговора: установление контакта, предложение, фиксация результата
- Преодоление секретарского барьера и поиск точки входа
- Факторы, влияющие на эффективность общения с клиентом и методы влияния
- Подстройка к клиенту: подстройка-ведение-результат (вербальные и невербальные методы)
- Работа с возможными сомнениями и возражениями на этапе установления контакта
- Первичное выявление и подтверждение потребности клиента

Организация встречи с потенциальным клиентом

- Сбор информации, прояснение потребностей другой стороны
- Изучение критериев выбора клиентов, выбирающих из нескольких предложений
- Позиционирование фирмы, ее продукции, услуг, отстройка от конкурентов
- Выход на лиц, принимающих решения (ЛПР) и работа с группой принятия решений (ГПР)

Переговоры с ЛПР и ГПР

- Подготовка к переговорам и сбор информации о роли людей в организации
- Рассмотрение сложных типовых ситуаций в переговорах и составление алгоритма ответов
- Начало переговоров: типичные ошибки переговорщика
- Основы коммуникации: оценка, пристройка, действие
- Конкурентные преимущества компании: как преподнести их клиентам
- Использование эффективных вопросов для выявления потребностей
- Объективные и субъективные потребности или “что на самом деле покупает клиент”
- Умение слушать и слышать оппонента
- Основные правила нацеливания аргументации на разные типы закупщиков
- Презентация товаров/услуги или предложение, от которого невозможно отказаться

Согласование условий

- Подача информации в удобной для клиента форме
- Работа с возражениями и техника работы с отговорками клиентов
- Переговоры о цене: самые выигрышные методы
- Завершение переговоров и получение обязательства от другой стороны

Постпродажное сопровождение

- «Дожим» клиента: основные рекомендации по работе с отказами
- Работа с затягиванием платежей и/или возвращение долгов
- Работа с претензиями и с рекламациями
- Эффективное обслуживание и выстраивание долгосрочных отношений

Продолжительность: 2 дня/16 академических часов.

Формат тренинга: Тренинг будет проходить в режиме интенсивного взаимодействия бизнес-тренера и участников с использованием ролевых игр, анализа в группе, решения кейсовых задач, мозгового штурма.