

PROFESJONALNA SPRZEDAŻ I OBSŁUGA KLIENTA

Procedury i standardy w zakresie obsługi klienta a także znajomość **technik i narzędzi** sprzedaży to niezbędne wymogi zapewniające zadowolenie klienta a satysfakcję dla firmy. To obsługa klienta stanowi platformę, na której firma rozwija skrzydła i pozyskuje **lojalność klientów**. Klienci wracają, ponieważ byli dobrze obsłużeni a ich **potrzeby zostały zrozumiane i zaspokojone**.



Cele i korzyści z udziału w szkoleniu:

- wzmocnienie siły sprzedażowej i wiarygodności w kontakcie z klientem;
- rozwinięcie umiejętności prezentowania oferty i budowania mocnych argumentów;
- celne wykorzystywanie reguł wywierania wpływu w procesie sprzedaży;
- profesjonalne obsługiwanie klienta i budowanie relacji długofalowych;
- usprawnienie komunikacji i poprawa wskaźnika satysfakcji klienta;
- poznanie różnych typów klientów oraz sposobów skutecznego komunikowania się z nimi;
- poznanie i zdiagnozowanie swoich silnych stron i rezerw w zakresie prawidłowego komunikowania się;
- praktyczne zastosowanie technik prowadzenia klienta do decyzji o zakupie;
- skuteczne finalizowanie rozmów biznesowych;
- rozwijanie umiejętności asertywnego zachowania pracowników;
- uświadomienie zachowań, które mogą przyczynić się do rozgniewania klienta.

Odbiorcy szkolenia

osoby pracujące w działach sprzedaży i obsługi klienta;
przedstawiciele handlowi;
pracownicy sekretariatu;
kierownicy i menedżerowie działów handlowych;
właściciele firm



+48 52 330 69 60



zamkniete@winners-szkolenia.pl



www.winners-szkolenia.pl

1. Kto jest naszym klientem?

- czego w kontakcie z nami oczekują nasi klienci? (jak ich „podejść”) - trójkąt satysfakcji klienta;
- jak przekonać klienta do siebie? jak tworzyć wizerunek doradcy, eksperta?
- jakich błędów unikać w kontakcie z klientem? Blokady występujące w procesie komunikacji.

2. Budowanie relacji z klientem poprzez dopasowanie

- psychologiczne mechanizmy w kontaktach z klientem;
- komunikacja werbalna – zwroty, słownictwo, savoir vivre;
- efekt aureoli i efekt rogów – elementy komunikacji niewerbalnej;
- spójności komunikatów werbalnych i niewerbalnych;
- świadome zastosowanie aktywnych sposobów budowania relacji.

3. Co interesuje klienta? Dotarcie do potrzeb i oczekiwań

- nie sprzedawaj od razu - pytaj! postawa „badawcza” – czym jest i jak ją budować?
- funkcjonalny podział pytań – jak z nich korzystać w procesie docierania do informacji o potrzebach klienta?
- okazywanie szacunku klientowi i porządkowanie informacji - podsumowania i parafrazy;
- rola aktywnego słuchania w procesie badania potrzeb klienta.

4. Zaprezentuj atrakcyjnie swój produkt

- model cecha – zaleta – korzyść;
- praca z językiem korzyści.

5. Zachęć klienta do sprzedaży wiązanej – cross-sell

- jak dobry kontakt z klientem przełożyć na nową sprzedaż?
- generowanie nowej potrzeby klienta;
- prowadzenie skutecznych negocjacji – reguły wywierania wpływu wg R. Cialdiniego.

6. Obiekcje cenowe i inne

- sposoby radzenia sobie z najstarszą grą handlową - wysoka cena: odsuwanie momentu podania ceny; podawanie ceny wraz z korzyściami; cecha wyróżniająca; metoda bilansowania.
- psychologia postrzegania ceny – mit ceny;
- psychologiczne zasady udzielania rabatów – sztuka czynienia ustępstw;
- radzenie sobie z obiekcjami dotyczącymi porównania z konkurencją.

7. Zamykanie transakcji

- rozpoznawanie sygnałów gotowości zakupu;
- techniki przyspieszające podjęcie decyzji o finalizacji sprzedaży;
- trening zamykania transakcji – warsztat.

