



Продажи-это наука со своими правилами и закономерностями

Консультативные продажи

Целевая группа

Опытные продавцы, менеджеры по работе с ключевыми клиентами и руководители, которые проводят переговоры на уровне руководства фирмы клиента.

Цель

- Структурировать собственный опыт успешных переговоров/продаж;
- Сформировать навыки анализа ситуации клиента и планирования своих действий, в зависимости от целей и потребностей клиента;
- Развить навыки выявления потребностей клиентов;
- Развить навыки формулирования вопросов;
- Предоставить модель эффективной аргументации;
- Сформировать навык адаптации поведения продавца к особенностям поведения клиента;
- Развить работу продавца от продажи товаров/услуг к продаже решений проблем клиента.

Процесс

Интерактивный игровой тренинг, с большим количеством разбираемых кейсов. В ходе тренинга участники решают практические задачи, связанные с анализом реальных ситуаций участников.

Методика

Все навыки в ходе тренинга отрабатываются применительно к продукту и клиентам, с которыми в реальной жизни работают участники. Для повышения эффективности усвоения участниками материала, в ходе тренинга используется работа в малых группах, групповые обсуждения, ролевые игры с видеоанализом и мини-тесты.



Продажи-это наука со своими правилами и закономерностями

Содержание

Введение

- Современные тенденции в продажах
- Ожидания клиентов от продавцов
 - Обучение и информирование
 - Помощь в принятии решения в ГВПР (Группа, влияющая на принятие решения)
 - Консультирование
 - Понимание бизнеса клиента

Переговоры в консалтинговом ключе

- Что значит переговоры в консалтинговом ключе
- Где их место в процессе продаж и каковы условия использования подхода
- Факторы, влияющие на решение клиента
- Помощь, на которую рассчитывает клиент

Модель консультативных продаж

- Продажа, ориентированная на товар, и продажа, ориентированная на клиента
- Модель консультативных продаж





Продажи-это наука со своими правилами и закономерностями

Цель и стратегия

- Анализ целей и стратегии клиента
- Сравнение стратегии клиента с нашей цепочкой создания ценности
- Анализ совпадений и расхождений
- Определение стратегии работы с клиентами

KPI и приоритеты

- Каковы KPI в ГВПР?
- Каковы приоритеты в ГВПР?
- Как они соотносятся с нашими возможностями
- Для кого из членов ГВПР мы максимально удобны/безопасны/выгодны
- Для кого из членов ГВПР мы наиболее опасны

Препятствия

- С какими препятствиями сталкивается клиент
- Какова их природа
- Что мы можем предложить клиенту
- Ловушка «Не могу помочь, значит незачем спрашивать»

Наше решение

- Какие решения мы продаем
- В чем их ценность для клиента
- За счет чего мы конкурируем с другими решениями
- Как мы соотносимся с конкурентами в «голове» клиента
- Сильные и слабые стороны нашего предложения

Аргументирование

- Наши аргумент – подготовка к переговорам
- Как мы «выглядим» в конкурентном окружении
- С какими возражениями мы столкнемся
- «Карта головы» клиента – веса критериев и их оценка
- Наше предложение и наши аргументы

Договоренность в ГВПР

- Карта ГВПР
- Фасилитация переговорного процесса и дискуссий в группе
- Выбор приемлемого решения



Продажи-это наука со своими правилами и закономерностями

- Анализ ограничений решений различных поставщиков

Результаты

Для участников:

- Способность анализировать сильные и слабые стороны своего товара/решения и использовать результаты анализа при подготовке к работе с клиентом.
- Способность определять цели каждого предстоящего контакта с клиентом.
- Способность определять возможные потребности клиентов.
- Способность планировать ход переговоров с клиентом и управлять им.
- Способность применить методы консультативных продаж в переговорах с клиентами
- Способность эффективно использовать технику задавания вопросов.
- Способность эффективно представлять клиенту свой товар/услугу/решение.

Для организации:

- Повышение предсказуемости и прогнозируемости действий и результатов сотрудников службы продаж.
- Укрепление сотрудничества с ключевыми клиентами

Курс заканчивается подготовкой программы собственного развития и развития ключевых клиентов