

„Jak pozyskiwać nowych klientów - prospecting.”

Szkolenie zamknięte.

Szkolenie rekomendujemy: przedstawicielom handlowym, specjalistom ds. sprzedaży odpowiedzialnym na pozyskiwanie klientów na rynkach B2B i B2C, managerom sprzedaży średniego i niższego szczebla, których handlowcy są zaangażowani w proces prospectingu.

Celem usługi jest rozwinięcie umiejętności w zakresie znajomości różnych sposobów, narzędzi i technik pozyskiwania klientów, efektywnego zarządzania kontaktem z klientem, analizowania informacji o kliencie i dostosowania oferty, stosowania taktyk pozyskania nowego klienta, pokonywania obiekcji zgłaszanych przez klientów w procesie prospectingu.

Po szkoleniu uczestnicy będą potrafili: korzystać z różnych źródeł pozyskiwania klientów, trafić do odpowiedniego klienta, rozpoznać potrzeby klienta, przygotować ofertę dedykowaną dla klienta, pokonywać obiekcje klientów, być przekonującym w rozmowach handlowych z klientem, którego chcą pozyskać, rozpoznać taktyki negocjacyjne stosowane przez klientów.

Czas trwania 8 godzin

Sposób prowadzenia szkolenia: wykład interaktywny, ćwiczenia grupowe, odgrywanie ról.

Program szkolenia

1. PIERWSZY KONTAKT Z NOWYM KLIENTEM

- Język, który trafia do przekonania klientów
- Język, który nie budzi oporu u klienta
- Bariery na poziomie komunikacji z klientem
- Efekt pierwszego wrażenia
- Pokonywanie barier pierwszego kontaktu
- Co jest ważne dla klienta w pierwszym kontakcie z handlowcem?

2. POSZERZENIE WIZJI PRODUKTU

- Produkt w oczach Klienta
- Sposoby na odróżnienie się od konkurencji czyli oferta wartości unikalnych
- Sposoby na pozyskanie klientów konkurencji
- Model usługi
- Usługa poszerzona

3. POZNAJ MOTYWACJĘ KLIENTA

- Dlaczego ludzie kupują?
- Dlaczego ludzie nie kupują i co zrobić żeby to zmienić?
- Dlaczego klient wybiera moją usługę?

4. PROFESJONALNE ZARZĄDZANIE KONTAKTAMI Z KLIENTEM

- Analiza rynku i oferty
- Analiza informacji o kliencie
- Dostosowanie argumentów i oferty pod kontem klienta
- Efektywność i planowanie wg. Pareto

- Zarządzanie własną sprzedażą i jej rentownością
- Segmentacja i ocena rentowności klienta - case study
- Targetowanie behawioralne on-site - case study

5. ETAPY I SPOSOBY POZYSKANIA NOWEGO KLIENTA

- Przygotowanie do rozmów
- Permission Marketing
- Prowadzenie Cold Calls
- Sposoby pokonywania oporu recepcji
- Generowanie Lead-ów
- Follow up i jego skuteczność
- Prezentacja produktu/usługi
- Sprzedaż doradcza - case study
- Rozmowy handlowe i negocjacje - case study
- Domykanie rozmowy

6. POKONYWANIE OBJEKCJI I "CHEMIA" Z KLIENTEM

- Ukryte przyczyny leżące u podstaw obiekcji nowego klienta
- Reaktancja, czyli technika przekonywania bez tworzenia oporu
- Przekształcanie obiekcji na pozytywne
- Rozpoznawanie indywidualnej motywacji zakupowej w osobowości klienta
- Wykorzystanie indywidualnych motywatorów w budowaniu argumentacji sprzedażowej
- Techniki wizualizacyjne w sprzedaży

7. PRZYGOTOWANIE DO NEGOCJACJI Z KLIENTEM

- Co jest najważniejsze w przygotowaniu się do negocjacji?
- Alternatywy klienta a alternatywy handlowca
- Wybrane taktyki stosowane przez Klientów
- Strategie handlowca w sytuacji impasu rozmów handlowych
- Skuteczna obrona przed taktykami

8. BYĆ PRZEKONUJĄCYM, CZYLI ŹRÓDŁA SIŁY

- Elementarz siły sprzedawcy
- Źródła wewnętrznej siły
- Radzenie sobie w sytuacjach trudnych w biznesie
- 3 narzędzia jak być bardziej przekonującym

9. SESJA ĆWICZEŃ

10. PODSUMOWANIE I OCENA SZKOLENIA.