

Программа: Professional Personal Skills

**Техника и тактика продаж/
Technique and tactics of sales**

ХАРАКТЕРИСТИКА КУРСА

**" Дайте клиенту выбор, и он оставит
у вас все свои деньги"**

Филип Котлер

В условиях рыночных реалий менеджерам необходимо владеть всем маркетинговым и коммуникативным арсеналом в борьбе за своего покупателя. Важно не только знать современные технологии, но и уметь вести разведку потребностей потенциального клиента и использовать профессиональные инструменты работы с клиентами. Для достижения успеха необходимы знания за гранью знаний и умений в сфере маркетинга и продаж, необходимо освоение инструментов "родственных" профессий - психологов, разведчиков, военачальников, дипломатов.

Курс вооружит Вас навыками, позволяющими растопить лед первоначального безразличия, превратить банальное вручение прайса в элегантную презентацию, виртуозно отработать возникшие возражения и достичь успешного завершения сделки.

СПЕЦИАЛЬНЫЕ ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ КУРСА

- Сформировать у участников четкое представление о процессе продаж; факторах, препятствующих ее эффективности, месте коммуникации в управленческом цикле.
- Обобщить опыт участников в области бизнес-коммуникаций, повысить их осознанность, активность и профессиональную компетентность.
- Рассмотреть особенности и развить навыки разноуровневой коммуникации в организации.
- Освоить навыки снятия эмоционального напряжения, разрешения конфликтных ситуаций, установления и поддержания длительных контактов с клиентами.

Программа курса

№	Содержание
1	Шаг 1. В мире рынка: ПОДГОТОВКА ПРЕДЛОЖЕНИЯ. Мотивация как основной механизм покупательского поведения. Пирамида человеческих потребностей. Социальные роли клиентов. Основные покупательские мотивы. Предложение как инструмент мотивации. Характеристики предложения. Выгоды предложения. Роль продавца в принятии решения о покупке.
2	Шаг 2. В мире людей: ПОСТРОЕНИЕ ВЗАИМООТНОШЕНИЙ Эффект первого впечатления. Слагаемые доверия. Три источника обаяния. Технология установления отношений. Правила размещения в пространстве. Язык телодвижений: жестикуляция, вызывающая доверие.
3	Шаг 3. Разведка боем: ИЗУЧЕНИЕ КЛИЕНТА Информация к размышлению: что необходимо знать о клиенте? Предварительное исследование. Ориентация в ходе контакта: типология покупателей. Техника активного

	слушания.
4	<p>Шаг 4. Магия слова: ПРЕЗЕНТАЦИЯ ПРЕДЛОЖЕНИЯ</p> <p>Аргументация как основной инструмент презентации. Содержание аргументов Требования к аргументу. Сильные и слабые аргументы. Правила построения аргументов. 5-шаговая техника предъявления аргумента. Продажа иллюзий: приемы искусственного увеличения привлекательности предложения. Принцип соответствия, Эффект контраста.</p>
5	<p>Шаг 5. Между двух огней: ОТВЕТЫ НА ВОЗРАЖЕНИЯ</p> <p>Возражения и отговорки: как вывести клиента на чистую воду? Природа возражений. Тактика предотвращения возражений. Общие требования к ответам на возражения. 4-шаговая техника ответов на возражения. Выслушивание и мета-моделирование. Обработка возражений. Преодоление разногласий: переговоры о цене.</p>
6	<p>Шаг 6. Разведка боем: СБОР ИНФОРМАЦИИ И ВЕРБОВКА СОЮЗНИКОВ</p> <p>Тайны мадридского двора: кто принимает решение о покупке? Установление контакта. Создание «легенды». Информация к размышлению: какие сведения могут оказаться полезными? Приемы провокации высказываний. Получение «наводок». Способы «втягивания» в сотрудничество.</p>
7	<p>Шаг 7. Сказ о качелях: СОДЕЙСТВИЕ ПРИНЯТИЮ РЕШЕНИЯ</p> <p>«И хочется, и колется»: почему срываются многообещающие сделки? Принцип «Точно вовремя». Как определить «момент истины»? Методы подталкивания: подведение итогов, пакетирование, метод «трех да», метод «проходной», предположение с отвлечением, ложный выбор, «подсахаривание».</p>
8	<p>Шаг 8. Союз на века: удержание клиента.</p> <p>Принцип "открытой двери. Как завершать успешную продажу? Чем выгодны длительные отношения? Как их сохранить после продажи? Подтверждение ожиданий покупателей. Обеспечение правильного использования товара. Сервис сверх ожиданий. Контакт после доставки. Эффект "мелькания". Обращение за рекомендациями. Реакция на жалобы. "Золотые кандалы". Метаморфозы послепродажного сопровождения.</p>
9	<p>Шаг 9. Вселенная рынка: ПОИСК НОВЫХ КЛИЕНТОВ</p> <p>Тактика сбора грибов: кто становится лидером продаж? Источники и методы составления клиентской базы. Первичная сортировка списка. Определение приоритетов. Планирование работы «на телефоне». Плюсы и минусы телефонной коммуникации. Подготовка звонка. Внутренний настрой: почему нужно улыбаться трубке? Реакция на возражения.</p>