

Тренинг Алексея Мельникова «Продажи во время экономического кризиса. Работа с возражениями клиентов в сегменте B2C»

Введение

«Продавайте мечты, а не продукты» - один из постулатов успеха Стива Джобса. Именно этот постулат определяет направление, в котором целесообразно двигаться для достижения результативных продаж в кризис. Ведь кризис – это время, когда клиент склонен совершать те или иные покупки, руководствуясь преимущественно ценой. И показателем значимости фактора цены, как правило, является возражение покупателя «Дорого!». В такой ситуации продавцу для совершения сделки, да ещё такой, чтобы клиент был счастлив, необходимо «перекинуть мостик» аргументов к истинным потребностям покупателя, к его мечте.

Как такой «мостик перекидывать»? Какие при этом аргументы будут иметь большой «вес» для клиента? Как логически связать эти аргументы с его мечтой? Как работать с возражениями покупателя? Ответам на эти и другие вопросы и посвящён предлагаемый тренинг. Он основан на системном подходе, т.е. предлагаются конкретные схемы и алгоритмы, позволяющие каждому специалисту по продажам в сегменте B2C сформировать устойчивую систему работы с клиентом для достижения высоких бизнес-показателей в кризис.

Цели обучения

- Сформировать у участников тренинга понимание, как эффективно выяснять истинные потребности (мечты) клиента и перебрасывать к ним «мостик» аргументов.
- Выработать умение убедительно представлять выгоды и преимущества товаров и услуг для достижения мечты покупателя.
- Выработать умение эффективно работать с возражениями клиентов.
- Повысить уровень знаний участников тренинга в их профессиональной деятельности.

Ожидаемые результаты участников тренинга

- Участники усвоят эффективные алгоритмы представления убедительных аргументов при презентации товаров и услуг (алгоритмы «перекидывания мостика») и при работе с возражениями покупателей. Сопоставят эти алгоритмы со своим опытом.
- Отработают умения определять тип клиента и аргументированно презентовать товары и услуги на его «языке» для достижения его мечты.
- Выработают умение системно работать с возражениями клиентов.
- Разработают «скрипты» (речевые модули) для аргументации основных позиций товаров и услуг и для успешной работы с наиболее часто встречающимися возражениями покупателей в кризис.

В программе тренинга

Продажи в кризис.

- Влияние кризиса на достижение результата в продажах сегмента B2C.
- Личный вклад специалиста по продажам в достижение результата.
- Ключевая идея общения с клиентом.
- Возможности специалиста по продажам для влияния на клиента.

Презентация и работа с возражениями клиента в схеме продаж.

- Установление доверительных отношений с клиентом.
- Мониторинг ситуации и выяснение мечты клиента.
- Презентация товаров (услуг), основанная на «весомых» аргументах.
- Работа с возражениями как лучшая возможность представить преимущества товара (услуги).
- Фиксация договорённостей.
- Исполнение договорённостей и контроль.

Ориентация на клиента.

- Типы клиентов.
- Способы восприятия информации разными типами клиентов.

- Установление доверительных отношений с разными типами клиентов.
- Как и когда представить свои конкурентные преимущества.
- Инструменты управления ходом переговоров.
- Определение пути к мечте клиента.

Убедительная презентация.

- Чего клиент ждёт от презентации.
- Какие аргументы для клиента являются весомыми.
- Влияние аргументов на разные категории клиентов.
- Виды аргументов (технические, эмоциональные, логические).
- Свойства товара (услуги) и их логическая связь с мечтой клиента.
- Матрица «Потребности клиента – свойства товара (услуги)».

Алгоритм «перекидывания мостика» к мечте клиента.

- Подбор весомого аргумента.
- Использование наглядных материалов при подаче аргументов.
- 5 этапов убедительной презентации.

Что такое возражение.

- Почему клиент возражает.
- Возражение клиента как характеристика кризисного времени.
- Возражение как невыясненная потребность клиента.
- Возражение как потребность клиента быть правым (по Деннису Перси).
- Возражение как возможность «перекинуть мостик» от товара (услуги) к мечте клиента.

Типы возражений клиентов.

- Неявные возражения и отговорки («не нужно», «не интересно» и др.).
- Возражения по цене («дорого», «у конкурентов дешевле» и т.д.).
- Возражения по свойствам товара (услуги).
- Возражения, связанные с компанией-поставщиком.
- Личные и другие возражения.

Правила работы с возражениями.

- Как дослушать клиента до конца.
- Почему важно сохранять доброжелательность.
- Понимание содержания и эмоциональной окраски возражения.
- Нужно ли отвечать на все возражения клиента.
- Как отложить ответ на возражение.

Алгоритм работы с возражениями.

- Присоединение к позиции клиента как удовлетворение его социальных потребностей.
- Логические связки или почему нельзя говорить «но».
- «Малый круг» - работа с неявными возражениями и отговорками.
- «Большой круг» - работа с явными возражениями.
- Побуждение клиента к принятию решения.

Завершение сделки.

- Методы подведения клиента к решению.
- Фиксация договорённостей.
- Ориентация на долгосрочное сотрудничество в кризис и после него.

Итоги тренинга.

Методы проведения

Теоретический материал в тренинге чередуется с практическими упражнениями и кейсами. Участники работают как в группах, так и индивидуально, с презентациями, обсуждениями и выводами для своей профессиональной деятельности. На тренинге участники разрабатывают «скрипты» для практического применения в своей работе. Рабочее время тренинга распределяется следующим образом: 20% – теория, 80% – практика.

Формат тренинга

- Два дня: с 10:00 до 18:00.
- Ежедневно два кофе-брейка: по 15-20 минут.
- Ежедневно обеденный перерыв: 60 минут.

Дополнительно

Тренинг ведёт Алексей Мельничнов:

- бизнес-тренер, практик с опытом личных продаж товаров и услуг с 2007 года,
- с 19-летним опытом обучения и развития взрослых людей,
- с опытом индивидуального бизнес-консультирования с 2008 года,
- с опытом публичных выступлений с 2001 года,
- география проведения тренинговых и консалтинговых проектов насчитывает 25 городов России и ближнего зарубежья (от Владивостока до Минска и от Мурманска до Ставрополя).