

Тренинг Алексея Мельникова «Продажи в торговом зале: как посетителя сделать покупателем»

Введение

Продажа – это процесс оказания влияния на покупателя. И предлагаемый тренинг ориентирован именно на освоение участниками практических инструментов, с помощью которых они могут оказывать это влияние на посетителей наиболее лаконично и, как цель, достигать высоких бизнес-результатов.

Тренинг основан на системном подходе, т.е. предлагаются конкретные схемы и алгоритмы, позволяющие каждому менеджеру сформировать устойчивую систему работы с клиентами в своей ежедневной деятельности.

Цели обучения

- Сформировать у участников тренинга понимание эффективной структуры взаимодействия с посетителями торгового зала.
- Выработать у участников тренинга практические умения результативных продаж посетителям торгового зала.
- Повысить уровень знаний участников тренинга в их профессиональной деятельности.

Ожидаемые результаты участников тренинга

- Участники узнают схему результативного общения с посетителями зала и ключевые алгоритмы работы по каждому из пунктов этой схемы.
- Получат знания о том, как устанавливать с покупателями такие отношения, чтобы покупатели стали постоянными посетителями.
- Освоят умения чётко формулировать цели и задачи взаимодействия с посетителями.
- Будут уметь лаконично выяснять ситуацию покупателя, аргументированно презентовать продукцию и услуги и эффективно работать с возражениями посетителей.

- Разработают «скрипты» (речевые шаблоны) по ключевым алгоритмам продаж посетителям торгового зала для практического применения в своей профессиональной повседневной деятельности.

В программе тренинга

Главная идея успешного взаимодействия с покупателями.

- Что такое «продажа»?
- Возможности продавца-консультанта для влияния на клиента.
- Цели и задачи продаж в торговом зале.
- «Лестница» продаж.

Подготовка к встрече покупателя.

- Подготовка рабочего пространства.
- Подготовка продавца-консультанта.

Покупатель в зале.

- Что делать, когда покупатель вошёл?
- Установление доверительных отношений.
- «Зацепки» - ключи к результативной продаже.

Определение потребностей покупателя.

- Категории покупателей.
- Достоверное выяснение потребностей.
- Виды вопросов и правила их использования.
- Алгоритм выяснения потребностей покупателя.
- «Активное слушание» как способ управления вниманием покупателя.
- Вопросы как способ управления ходом переговоров.

Презентация на основе выгод для покупателя.

- Требования, предъявляемые покупателем к товарам и услугам.
- Что для клиента является убедительным аргументом.
- Матрица «Потребности покупателя – свойства товара».
- Алгоритм эффективной презентации товара.

- Способы восприятия информации разными типами людей.
- Значение наглядной демонстрации товара и его свойств.

Работа с возражениями клиентов.

- Причины возражений покупателей.
- Связь между категориями покупателей и их возражениями.
- Алгоритм работы с возражениями клиентов.

Завершение продажи.

- Методы завершения продажи.
- Фиксация договоренностей.
- Когда делать предложение дополнительного товара.
- Зачем брать у посетителя его контакты?
- Как сделать, чтобы покупатель приходил ещё.

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. При этом 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 управленца с 2004 года,
- география проведения тренинговых и консалтинговых проектов насчитывает 25 городов России и ближнего зарубежья (от Владивостока до Минска и от Мурманска до Ставрополя).