

Тренинг Алексея Мельникова «Весомые аргументы и работа с возражениями в презентации товаров и услуг»

Введение

Этап «лестницы» продаж, когда менеджер презентует товар и/или услугу, как правило, вызывает наибольшее количество возражений со стороны клиента. И предлагаемый тренинг ориентирован именно на формирование практических умений приводить весомые аргументы в презентации и при работе с возражениями клиентов для достижения высокого бизнес-результата.

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 знания эффективных алгоритмов презентации товаров и/или услуг и работы с возражениями клиентов.
- Выработать у участников тренинга умения убедительно представлять выгоды и преимущества товаров и/или услуг клиентам и эффективно работать с их возражениями.
- Повысить уровень знаний участников тренинга в их профессиональной деятельности.

Ожидаемые результаты участников тренинга

- Участники ознакомятся с эффективными алгоритмами представления весомых аргументов при презентации товаров и/или услуг и при работе с возражениями клиентов и сопоставят эти алгоритмы со своим опытом.
- Отработают умения определять тип клиента и аргументированно презентовать товары и/или услуги на «языке» клиента.
- Выработают умения структурированно работать с возражениями клиентов.

- Разработают «скрипты» (речевые модули) для аргументации основных позиций товаров и/или услуг и для успешной работы с наиболее часто встречающимися возражениями в практике профессиональной деятельности.

В программе тренинга

Возможности специалиста по продажам для увеличения продаж.

- Личный вклад специалиста по продажам в достижение результата.
- Цели и задачи продаж.
- Презентация как ключевая задача переговоров в продажах.

Презентация и работа с возражениями в общей схеме переговоров.

- Алгоритм эффективных переговоров.
- Мониторинг достоверной ситуации клиента как основа убедительной презентации.
- Презентация товаров/услуг, основанная на «весомых» аргументах.
- Работа с возражениями как лучшая возможность представить преимущества товара/услуги.

Ориентация на клиента.

- Типы клиентов.
- Способы восприятия информации разными типами клиентов.
- Установление доверительных отношений с разными типами клиентов.
- Презентация конкурентных преимуществ компании и специалиста.
- Инструменты управления ходом переговоров.

Убедительная презентация.

- Чего клиент ждёт от презентации.
- Какие аргументы для клиента являются «весомыми».
- Виды аргументов (технические, эмоциональные, логические).
- Свойства товара/услуги и преимущества для клиентов.
- Матрица «Потребности клиента – свойства товара/услуги».

Алгоритм убедительной презентации.

- Подбор «весомого» аргумента.
- Влияние аргументов на разные категории клиентов.
- Использование наглядных материалов при подаче аргументов.
- «5 этапов» убедительной презентации товаров/услуг.

Что такое возражение?

- Почему клиент возражает.
- Возражение как невыясненная потребность клиента.
- Возражение как потребность быть правым (по Деннису Перси).
- Возражение как возможность представить клиенту конкурентные преимущества и выгоды.

Типы возражений клиентов.

- Матрица возражений.
- Неявные возражения и отговорки («не нужно», «не интересно» и другие).
- Возражения по цене.
- 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 потребности быть правым.
- «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.
- Роль документального оформления договорённостей.
- Ориентация на долгосрочное партнерство.

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 управленческой деятельности 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).