

## **Авторский тренинг Елизаветы Дробышевой «Продажи в торговом зале: от алгоритмов к успеху»**

### **Введение**

Процесс продажи – это искусство или технология? Когда я адресую этот вопрос участникам тренинга, большинство отвечают: «Конечно, это искусство». И тогда я задаю следующие вопросы:

- Балет – это искусство или технология?
- Фигурное катание – это искусство или идеально отточенная техника выполнения упражнений?
- Почему артисты балета или олимпийские чемпионы всю жизнь оттачивают технику исполнения, проводят многочасовые ежедневные тренировки?

И тогда приходит правильный ответ. Искусство начинается тогда, когда идеально отточена технология, когда просто интуитивно знаешь, что нужно сделать в следующий момент.

Именно базовым алгоритмам продаж в торговом зале и посвящён данный тренинг. Этап за этапом. Шаг за шагом. Полное понимание задач каждого этапа, принципов и последовательности действий, ведущих к успешной продаже.

### **Цели обучения**

- Сформировать системный подход к продажам в торговом зале.
- Изучить чёткий алгоритм действий в соответствии с задачами каждого этапа.
- Создать чек-лист по анализу процесса продажи для формирования устойчивого навыка после окончания обучения.
- Отработать новую технологию «Принятие решения клиентом».
- Определить личные зоны развития каждого участника тренинга.

### **Ожидаемые результаты участников тренинга**

- Понимают главные принципы и критерии оценки процесса продажи.
- Умеют применять новые инструменты, необходимые для реализации главных условий успешной продажи.

- Владеют алгоритмом работы на каждом этапе продажи.
- Осознают собственные зоны развития.

## **В программе тренинга**

### **Основные принципы клиенториентированности и классификация покупателей.**

- Основные заповеди и правила отношения к клиентам.
- Кто приносит Вам зарплату.
- Типология покупателей по степени готовности к покупке.

### **Факторы успеха в продажах.**

- Самодиагностика стиля продаж.
- Два главных фактора успеха в продажах.
- Установление и поддержание контакта с клиентом.
- Ведение клиента к цели.
- Четыре типа продавцов.
- Инструменты для установления и поддержания контакта и ведения клиента к продаже.

### **Основные этапы активной продажи. Особенности и тонкости каждого этапа.**

- Подготовка.
- Установление и поддержание контакта.
- Ориентация в потребностях клиента.
- Формирование потребностей клиента.
- Интерактивная презентация.
- Работа с возражениями.
- Кросс-продажа.
- Завершение сделки.

### **Подготовка к продаже.**

- Основные цели и задачи этапа подготовки.
- Виды подготовки.
- Формирование позитивного отношения к работе.

### **Аксиомы межличностной коммуникации – залог успешной продажи.**

- Цель и предмет общения с клиентом.
- Два уровня коммуникации.
- Подстройка под каналы восприятия.
- Активное слушание.
- Три позиции в межличностном общении.

### **Установление эффективного контакта.**

- Основные цели и задачи этапа установления контакта.
- Алгоритм снятия сопротивления контакту со стороны клиента.
- Алгоритм управления беседой.

### **Ориентация в потребностях клиента.**

- Основные цели и задачи этапа ориентации в потребностях клиента.
- Виды вопросов.
- Схема выяснения потребностей клиента.
- Отличия формирования потребностей клиента от их выяснения.
- Инструменты для формирования потребностей клиента.

### **Интерактивная презентация.**

- Что такое интерактив на этапе презентации.
- Инструменты для проведения интерактивной презентации.
- Язык выгоды клиента на этапе презентации.

### **Работа с возражениями клиента.**

- Причины возражений клиента.
- Отношение к возражениям со стороны продавца.
- Алгоритм работы с возражениями.
- Создание банка ответов на возражения клиента.

### **Кросс-продажи.**

- Что такое кросс-продажа.
- Когда нужно делать кросс-продажу.
- Принципы построения кросс-продажи.
- Алгоритм кросс-продажи.

### **Завершение сделки.**

- Когда нужно завершать сделку.
- Индикаторы со стороны клиента для завершения сделки.
- Три простых формулы для завершения сделки.

### **Этапы принятия решения клиентом и способы влияния на решение.**

- График принятия решения клиентом.
- Что нужно знать и уметь, чтобы повлиять на решение клиента.
- Три точки принятия решения клиентом: точка сомнения, точка согласия, точка отказа.
- Индикаторы для распознавания каждой точки принятия решения клиентом.
- Алгоритм работы с клиентом в каждой точке принятия решения.

### **Чек-лист как инструмент формирования навыков.**

- Цель создания чек-листа.
- Структура чек-листа.
- Индикаторы для оценки согласно чек-листу.
- Инструкция по применению чек-листа для формирования навыков в период после проведения тренинга.

### **Методы проведения**

Командные упражнения, деловые игры, выполнение заданий в мини-группах, разбор реальных ситуаций, кейсов, интерактивные мини-лекции, просмотр видеофрагментов, индивидуальные тесты. Соотношение теории к практике 20:80.

### **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 Елизавета Дробышевская - бизнес-тренер с опытом работы более 13 лет. Проводит обучение по продажам в формате корпоративных и открытых тренингов с 2004 года.

Елизавета сочетает редкую способность структурирования информации и легкости её подачи. Понятные и применимые на практике алгоритмы дополнены примерами из практики. Она умеет увлекать, наполняя процесс обучения атмосферой открытий и неожиданных решений.