

## **Тренинг Елизаветы Дробышевой «Продажи по телефону. Новые возможности и перспективы»**

### **Введение**

Для эффективного телефонного общения с возможными клиентами менеджерам важно иметь в своём арсенале практические инструменты результативных продаж, владеть технологией влияния на решение заказчиков и помнить о необходимости постоянного расширения клиентской базы.

Данный тренинг замотивирует сотрудников на телефонные продажи посредством «холодных звонков», вызовет у персонала желание возобновить отношения с забытыми клиентами и поможет овладеть алгоритмом управления общением в «трёх точках принятия решения»: точке согласия, точке отказа и точке сомнения.

### **Цели обучения**

- Освоить практические инструменты для результативных продаж по телефону.
- Осознать преимущества и возможности телефонных продаж посредством «холодных звонков».

### **Ожидаемые результаты участников тренинга**

- Осознают позитивные тенденции и возможности при активной работе с новыми заказчиками и возобновлении отношений с неактивными клиентами.
- Освоят алгоритм работы с возражениями и отказами при «холодных звонках».
- Изучат технологию влияния на решение клиента в процессе общения.
- Смогут успешно решать задачи расширения клиентской базы.
- Овладеют алгоритмом управления общением в «трёх точках принятия решения»: точке согласия, точке отказа и точке сомнения.
- Будут мотивированы на телефонные продажи посредством «холодных звонков».
- Определят «личную зону развития».

## **В программе тренинга**

### **Вовлечение в работу участников тренинга.**

- Цели и задачи тренинга.
- Мотивационная часть для каждого сотрудника.
- Формат работы на тренинге.
- Заключение контракта с группой для активного участия в работе на тренинге.

Формы и методы работы. Групповая дискуссия, мотивационная мини-лекция, упражнения, направленные на расширение границ восприятия информации.

### **Активная продажа. Факторы, влияющие на результат.**

- Понятия «Продажа» и «Активная продажа».
- Сходства и различия.
- Возможности и ограничения.
- Профессиональные и личные цели.
- Отличия проактивного способа мышления от реактивного.
- Ограничения реактивного способа мышления.
- Формирование позитивных установок – основа проактивного мышления.
- Преимущества владения инструментами активной продажи для достижения профессиональных и личных целей.
- Актуальные задачи работы с клиентами.
- Факторы, влияющие на результат активной продажи.
  - ✓ Установление и поддержание контакта.
  - ✓ Ведение клиента к нужному результату.

Формы и методы работы. Групповая дискуссия, ролевая игра, решение бизнес-кейсов, мини-лекция «Проактивное мышление».

### **Законы межличностного общения – основа для установления и поддержания контакта с клиентами.**

- Как устроена коммуникация между людьми.
- Основные законы коммуникации.

- Каналы передачи информации.
- Практическое применение основных законов коммуникации для установления и поддержания контакта с клиентами.
- Два уровня коммуникации.
- Активное слушание как необходимое условие успешной коммуникации.
- Три позиции межличностного общения.
- Классификация стилей общения.
- Определение стиля общения по поведенческим индикаторам.

Формы и методы работы. Ролевая игра, индивидуальные и групповые упражнения, мини-лекция «Основные законы межличностного общения».

#### **Инструменты для управления общением в коммуникации.**

- Речевые модули, позволяющие управлять беседой.
- Техника «поддержки» и управления беседой.
- Вопросы как инструмент управления беседой.
- Виды вопросов.
- Инструмент «Три да» для получения согласия собеседника.

Формы и методы работы. Индивидуальные и групповые упражнения, мини-лекция «Управление общением в коммуникации».

#### **«Холодные звонки» в работе с клиентами.**

- Значение «холодных звонков» в работе с клиентами.
- Преимущества и правила телефонной коммуникации.
- Воронка «холодных звонков» и результаты работы менеджера по продажам.
- Основной принцип «холодного звонка».
- Определение целей «холодного звонка».
- Прохождение секретарского барьера.
- План и структура «холодного звонка».
- Составление индивидуального сценария «холодного звонка».
- Работа с возражениями и сопротивлениями клиента по телефону.

Формы и методы работы. Групповые дискуссии, мини-лекции, разбор видеофрагментов, индивидуальные и групповые элементные упражнения, ролевая игра, обсуждение результатов практических упражнений.

#### **Влияние на принятие решения клиентом – новая технология продаж.**

- Три точки принятия решения клиентом: точка сомнения, точка согласия, точка отказа.
- Поведенческие индикаторы для определения точки решения клиента.
- Технология работы с сомнениями клиентов.
- Технология фиксации согласия клиента и переход к процедурам сделки.
- Технология яркого образа в точке отказа клиента.

Формы и методы работы. Мини-лекции, примеры из практики сотрудников, фрагменты фильмов, деловые игры, групповая и индивидуальная работа.

#### **Подведение итогов.**

- Важная и полезная информация на тренинге.
- Закрепление полученного материала.

Формы и методы работы. Групповая дискуссия, упражнение «Портрет сегодняшнего дня», заполнение анкет.

#### **Формат тренинга**

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

#### **Дополнительно**

Обучение проводит Елизавета Дробышевская – бизнес-тренер с опытом работы более 13 лет. Разработчик авторских тренингов: «Коммуникация и принятие решений для руководителя», «Профессионал продаж», «Искусство быть успешным продавцом», «Клиентоориентированный менеджер».

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