

Seminārs – treniņš MĒRĶTIECĪGA PĀRDOŠANA PRO

(pieredzējušiem pārdevējiem - pārdošanas prasmes lielos darījumos un ilgtermiņa attiecībās ar klientiem)

Mērķis

- Izprast pārdošanas procesu un klienta domāšanu
- Uzlabot pārdošanas sarunu. Apgūt pārdošanas sarunas analīzes un novērtēšanas metodes
- Izprast atšķirības lielos un mazos pārdošanas darījumos
- Izprast klienta vajadzību rašanās iemeslus. Apgūt vajadzību izraisīšanas un attīstīšanas procesu
- Apgūt un ar treniņu palīdzību nostiprināt efektīvu jautājumu tehniku (SPIN), kas izraisa vajadzību uz pārmaiņām
- Izmantojot iegūto informāciju, apgūt efektīvu argumentāciju
- Izprast iebildumu rašanās iemeslus. Apgūt iemaņas darbam ar “grūtajiem” klientiem (klusētāji)
- Uzlabot uzstāšanās prasmes
- Apzināt savas prasmes, priekšrocības un potenciālās iespējas sarunās ar klientiem
- Iegūt motivāciju, pārliecību pār savām spējām, nostiprināt iegūtās zināšanas patstāvīgā darbā

Mērķauditorija – līdz 12 dalībniekiem grupā

Metodika

Pirms mācībām

- Mācību dalībnieku anketēšana (ja iespējams, tad tikšanās) – grūtību un vajadzību apzināšana. Situāciju izveide mācību vajadzībām
- Pārrunas ar 3 – 5 darbiniekiem par esošajām grūtībām pārdodot un apkalpojot klientus
- Atgriezeniskā saite vadībai – anketēšanas un pārrunu rezultāts, vienošanās par mācību norisi

Treniņš - treniņš

- Seminārs – treniņš ar aktīvu dalībnieku iesaistīšanu, diskusijas un pieredzes apmaiņa, piemēri un ieteicamie risinājumi
- Praktiski vingrinājumi, individuālie un grupu darbi
- Audio un video materiālu par pārdošanu un klientu apkalpošanu kopīga analīze (pozitīvi un negatīvi piemēri)
- Lomu spēles – audio un video treniņi: situāciju modelēšana, izspēle, analizēšana, atgriezeniskā saite un ieteikumi (katram dalībniekam plānotas trīs lomas – pārdevēja un klienta loma, kā arī jānovērtē un jāizanalizē viena pārdošanas situācija)
- Asertivitātes (pārliecinātas uzvedības) treniņš
- Dalībnieku rīcībā paliek mācību materiāli
- Mācību noslēgumā dalībnieki definē konkrētus mērķus (prasmes, ko uzlabos, pārdošanas apjoms, ko sasniegs) noteiktā laika periodā. Vērtējumu saņem arī vadītāji

Pēc mācībām:

- Atgriezeniskā saite par mācību norisi, grupu kopumā un personībām (t.sk. mērķu kontroles mehānismi tiešajam vadītājam)

Norises laiks – 3 dienas

Saturs

Pārdošanas apmācības

- Mācīšanās metodes. Vēsture, pārdošanas pētīšanas metodes, statistika

Pirkšanas cikls – kā cilvēki pieņem lēmumu pirkt?

- Mērķu uzstādīšana darbā ar klientiem. Pārdošanas stratēģija un taktika
- Kā strādāt, ja lēmumu ietekmē vairāki cilvēki?

Lieli un mazi pārdošanas darījumi

- Ilglaicīgas attiecības. Vienas tikšanās darījumi
- Prezentācijas nozīme. Spiediena nozīme. Vērtības nozīme
- Subjektīvie un objektīvie faktoru nozīme
- Kļūdu risks. Kļūdaina lēmuma – no klienta viedokļa - sekas

Vizītes mērķis. Mērķis – rezultāts, mērķa analīze

Pārdošanas sarunas analīzes metodes

Pārdošanas sarunas struktūra

Vajadzības

- Kā rodas vajadzības, tiešās un netiešās vajadzības
- Vajadzību atklāšana, izraisīšana un attīstīšana

Jautājumi un to nozīme pārdošanā. Efektīvas jautājumu tehnika

- Jautājumi un spriedumi. Atvērtie un slēgtie jautājumi
- Veiksmīgs jautājumu modelis (SPIN modelis) – lai veidotu klientam vajadzības uz pārmaiņām

Argumentācija

- Argumenti – Priekšrocības – Ieguvumi
- Piedāvājums, tā struktūra un prezentācija

Iebildumi

- Iebildumu rašanās iemesli un to atspēkošanas metodes

„Grūtie” klienti (klusētāji). Metodes un idejas darbam ar tiem

Situāciju modelēšana, video treniņš – uz mērķtiecīgu pārdošanu vērsta komunikācija (mērķis - apgūt jautājumu modeli – SPIN)