

Treniņš – seminārs PĀRDOŠANA PA TĀLRUNI

Mērķis

- Uzlabot pārdošanas pa tālruni rezultātus
- Pilnveidot uz pārdošanu un piepārdošanu pa tālruni orientētas komunikācijas prasmes
- Apgūt un izprast pārdošanas sarunas struktūru, etiķeti - tās nozīmi un pielietojumu
- Izprast, kāpēc klienti atbild neapmierināti un apzināties, ko viņi sagaida no darbinieka
- Iegūt idejas darbam ar „grūtiem” klientiem
- Apzināt savas prasmes, priekšrocības un potenciālās iespējas sarunās ar klientiem
- Iegūt motivāciju, pārliecību pār savām spējām, nostiprināt iegūtās zināšanas patstāvīgā darbā

Mērķauditorija – līdz 12 darbiniekiem

Norises laiks – 1 vai 2 dienas

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 apkalpojot klientus un pārdodot (~ 1 stunda)

Mācības:

- ✓ Treniņš – seminārs ar aktīvu dalībnieku iesaistīšanu, diskusijas un pieredzes apmaiņa, praktiski vingrinājumi, individuālie un grupu darbi
- ✓ Audio materiālu par pārdošanu pa telefonu klausīšanās un kopīga analīze (Pozitīvi, negatīvi piemēri. Iespējams arī uzņēmuma ierakstu klausīšanās un analīze)
- ✓ Lomu spēles – audio treniņi (katrs dalībnieks izspēlē pārdevēja un klienta lomu, analizē vienu sarunu pēc strukturētas anketas), situāciju modelēšana, izspēle, analizēšana, atgriezeniskā saite un ieteikumi
- ✓ Asertivitātes (pārliecinātas uzvedības) treniņš
- ✓ Dalībnieku rīcībā paliek semināra materiāli
- ✓ Mācību noslēgumā darbinieki definē mērķus – kādas prasmes viņi uzlabos konkrētā laika posmā (mērķus iesniedz tiešajam vadītājiem)
- ✓ Mācību laikā darbinieki izveido pārdošanas rokasgrāmatu (sarunas sākums, atbildes uz klientu iebildumiem)

Pēc mācībām:

- ✓ Atgriezeniskā saite par semināra norisi, grupu kopumā un personībām. Ieteikumi turpmākajam darbam
- ✓ Pārdošanas rokasgrāmatas apkopojums
- ✓ Darbinieku nosprausto mērķu kontrole (tiešais vadītājs)

Saturs

Mērķi un motivācija

- Ko darbinieks var, ko nevar ietekmēt, strādājot ar klientu. Kuru mainīsim – klientu vai sevi?
- Komunikācijas mērķi un rezultāts (etiķete, laiks, rezultativitāte)
- Klienta deklarētie un slēptie mērķi un motīvi (sagaidāmā attieksme), to izzināšana
- Attieksme darbā ar klientiem. Attieksmes izpausmes veidi. Konfliktogēna attieksme
- Stereotipi, to ietekme uz komunikāciju. „Grūtais klients” – kur un kāpēc tas rodas?
- Uzdrošināšanās un panākumi pārdošanas darbā

Darbs ar telefonu

- Telefona sarunas etiķete. Pieļaujamās atkāpes no etiķetes. Balss. Kā izmantot savu balsi?
- Ko teikt un ko neteikt pa telefonu? Ieteikumi veiksmīgai telefona sarunai
- Biežāk pieļaujamās kļūdas, sākot sarunu pa telefonu

Pārdošanas sarunas struktūra

- Sagatavošanās sarunām
- Sarunas sākums
 - Kā uzsākt sarunu ar klientu? Iespējamie varianti
 - Sasveicināšanās, stādīšanās priekšā, informēšana par sarunas mērķi
- Klienta interešu, vajadzību izzināšana. Jautājumi. To ietekme uz klientu. Aktīvā klausīšanās
 - Vajadzību atklāšana, izraisīšana un attīstīšana
- Piedāvājums. Argumentācija. Argumentu izvēle
- Darbs ar iebildumiem
 - Iebildumu rašanās iemesli. Iebildumu atspēkošanas metodes
- Virzīšana uz lēmumu
- Piepārdošana
 - Kā uzsākt piepārdošanas sarunu? Ko labāk piepārdot?
- Sarunas noslēgums. Turpmākā darbība

Audio treniņš, situāciju modelēšana, lomu spēles, atgriezeniskā saite – uz mērķtiecīgu pārdošanu vērsta komunikācija