



„JAK ZWIĘKSZYĆ SKUTECZNOŚĆ SPRZEDAŻY? – KONSEKWENCJE ZASTOSOWANIA CLIENTING’U”

Jak zwiększyć sprzedaż?

Pierwszy dzień warsztatów

8³⁰ – 9⁰⁰ Rejestracja. Przywitanie uczestników.

PSYCHOLOGIA I SOCJOLOGIA SPRZEDAŻY – NA CZYM POLEGA KONCENTROWANIE DZIAŁALNOŚCI FIRMY NA KLIENTACH

- Psychologia i socjologia w relacjach handlowych ze współczesnym Klientem
- Preferencje; co, jak i dlaczego Klient kupuje? ; czego Klient oczekuje?; w jaki sposób dokonuje wyboru oferty?
- Typologia Klientów
- Diagnozowanie złożonych potrzeb Klienta; stworzenie planu nawiązania relacji; zebranie informacji strategicznych; analiza grupy decyzyjnej, strategia pilotażu; zrozumienie logiki Klienta
- Czym jest clienting?
- Podstawowe praktyczne zasady skutecznego clienting’u
- Różnice pomiędzy clientingiem a marketingiem

10³⁰ – 10⁴⁵ Przerwa na kawę i herbatę

PROSPEKTING & MONITORING

- Prospekting - poszukiwanie nowych Klientów i sojuszników biznesowych
- Biały wywiad - monitoring rynku, konkurencji i Klientów; ocena potencjału, możliwości i wiarygodności Klienta

13⁰⁰ – 13⁴⁵ Przerwa na obiad

TRUDNY KLIENT – CZY ZADOWOLENIE JEST ZALEŻNE WPROST OD JAKOŚCI?

- Skuteczne sposoby na przełamywanie obiekcji, uprzedzeń i mitów-stereotypów Klienta
- Reklamacja jako zjawisko mogące wspierać sprzedaż a nie ją komplikować i utrudniać
- Sytuacja kryzysowa - profilaktyka kryzysowa w relacjach handlowych z Klientem
- Socjotechnika i manipulacja w skutecznej sprzedaży
- Jak efektywnie posługiwać się perswazją w relacjach z Klientem?
 - Jak nie dać się manipulacji Klientów?

16⁰⁰ – 16¹⁵ Sesja pytań. Zakończenie pierwszego dnia warsztatów.



KAPITAŁ LUDZKI
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI
FUNDUSZ SPOŁECZNY





Drugi dzień warsztatów

8⁴⁵ – 9⁰⁰ Rejestracja. Przywitanie uczestników.

JAKIE CZYNNIKI NEGATYWNIE WPŁYWAJĄ NA EFEKTYWNOŚĆ SPRZEDAWCÓW?

- Zjawiska na rynku
- Kultura i reguły gry we własnej organizacji
- Podejście do sprzedaży i zła technika pracy

10³⁰ – 10⁴⁵ Przerwa na kawę i herbatę

SKUTECZNA SPRZEDAŻ PONAD STANDARDEM

- CrossSelling - sprzedaż produktów dodatkowych
- UpSelling - sprzedaż droższych produktów
- Programy lojalnościowe
- Skuteczne zarządzanie marką i ceną
- Pozycjonowanie Klientów i produktów/usług - w realiach XXI wieku
- Podstawy wiedzy o współczesnych modelach, technikach oraz narzędziach sprzedaży w kontekście:
 - globalizacji i socjologizacji sprzedaży
 - społeczeństwa WEB
 - pokolenia X, Y
- mcdonaldyzacji procesów sprzedaży i konsumpcji

13⁰⁰ – 13⁴⁵ Przerwa na obiad

CLIENTING - JAK BUDOWAĆ RELACJE TRWAŁEJ SPRZEDAŻY - KOMPENDIUM PRAKTYCZNEJ WIEDZY

- Zasady, techniki i narzędzia kreowania efektywnej sprzedaży ze współczesnym Klientem
- Techniki prowadzenia Klienta do pozytywnej decyzji
 - obiekcje i pytania Klienta
 - techniki uprzedzania zarzutów
 - mówienie o trudnych kwestiach
 - metody i techniki utrzymywania kontaktu z Klientem
 - zasady postępowania z Klientem, który ma kłopoty
- Sprzedaż i obsługa Klienta - jako proces a nie jednorazowe wydarzenie handlowe
 - idea koła Clientingu
- E-narzędzia efektywnie wspierające sprzedaż i obsługę Klienta
 - telemarketing, e-marketing, partnering, blogmarketing, personalmarketing (marketing relacji b2b i b2c)
- Zarządzanie sprzedażą i relacjami z Klientem jako procesem - CRM
- Zarządzanie relacjami z Klientem wewnątrz Organizacji
- Kooperacja działów i struktur

QUIZ TEMATYCZNY - TEST SPRAWDZAJĄCY NABYTĄ WIEDZĘ

EGZAMIN KOŃCOWY

16⁰⁰ – 16¹⁵ sesja pytań, dyskusja, konkluzje i wnioski. Zakończenie warsztatów, rozdanie certyfikatów.

