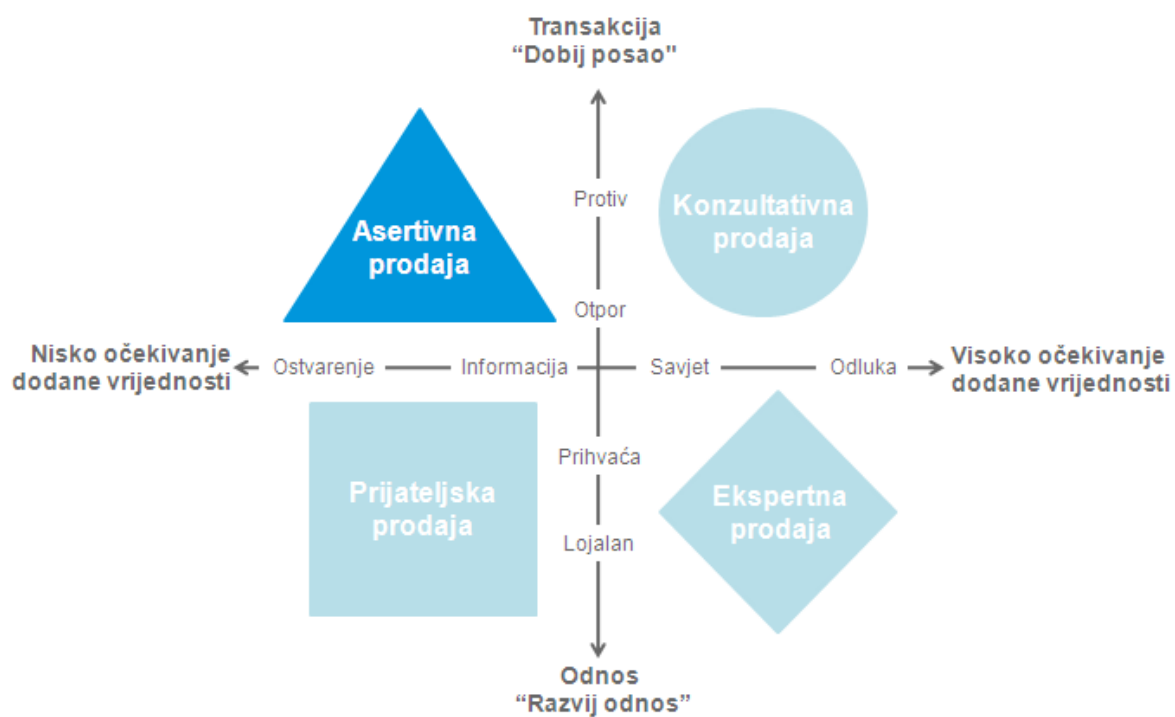


radionice Situacijske prodaje

Asertivna prodaja

Situacijska prodaja



Asertivna prodaja

(trajanje radionice 2 dana)

Uživjeti se u ulogu kupca, aktivno stvarati odgovarajući komunikacijski odnos, prepoznati kupčeve potrebe – sve to ponekad nije dovoljno za uspjeh u prodaji. To je posebno izraženo u situacijama kad nas kupci ne poznaju, kad ne prepoznaju ili ne razumiju našu ponudu, kada je potrebno stvoriti dodatni interes za našu ponudu – u takvim situacijama koristimo posebnu prodajnu tehniku – asertivnu prodaju.

RADIONICA JE NAMIJENJENA:

svim prodavačima, prodajnim specijalistima, voditeljima ključnih kupaca, suradnicima u marketingu i potpori prodaji, odnosno svima zaposlenima koji se susreću s kupcima koji znaju što treba i koji nam nisu baš naklonjeni ili čak imaju otpor prema našoj ponudi. Program je također namijenjen svima koji u pred-prodajnim i prodajnim aktivnostima s visoko profesionalnim i karizmatičnim pristupom nastoje osigurati snažan utjecaj na kupca, a time i na samu prodaju.

CILJ RADIONICE:

omogućiti polaznicima utvrđivanje kada je potrebna konzultativna prodaja, koja su ključna područja u konzultativnoj prodaji, te poboljšati vještine potrebne za ovakav način prodaje.

SADRŽAJ RADIONICE:

Uvod u radionicu

- Trenutne prodajne metode i njihova ograničenja
- Ciljevi radionice
- Metode rada

Kada i kako upotrijebiti asertivnu prodaju

- Kakav ste tip prodavača?
- Koncept situacijske prodaje
- Kada upotrijebiti asertivnu prodaju?
- Utvrđivanje prodajne situacije

Izbor ponude koja »otvara vrata«

- Ponuda koja osvaja
- Identifikacija situacije
- Snažan početak

Pobjednički početak

- Što je asertivnost?
- Uvjeravanje i ponašanje

Preuzeti inicijativu i zadržati je

- Privucite pažnju
- Definirajte problem
- Presentirajte jedinstveno rješenje

Vlastita osobnost

- Uspostavite dobar odnos
- Kako pojačati utjecaj na sugovornika

Akcijski plan i zaključak radionice

KORISTI – NAKON RADIONICE ĆETE BITI U MOGUĆNOSTI:

- razviti sposobnost visoko profesionalnog i utjecajnog prodajnog djelovanja u situacijama u kojima je potrebna uvjerljivost i karizmatičnost, pošto kupac polazi sa stajališta nevjerice da mu možete pomoći
- razvit svoje sposobnosti uvjeravanja s upotrebom asertivnog načina komunikacije
- izraditi argumentaciju po posebno učinkovitoj metodi koja stvara interes, želju i kupca vodi k aktivnostima u Vašu korist