

MERCURI PRODAJNE VJEŠTINE

(trajanje radionice: 3 dana)

„Vi možete osmisliti plan utrke, ali kada ona počne stvari mogu krenuti neplanirano i tada ste prepušteni vlastitim refleksima – vještini koju ste stekli treningom.“ - Joe Frazier

Radionica je namijenjena:

svima koji u neposrednom kontaktu s kupcem ili klijentom prodaju proizvode, usluge ili rješenja. Prije svega to su prodavači, zastupnici, komercijalisti, prodajni inženjeri, produktni manageri, unapređivači prodaje i tehnički serviseri. Dakle, svatko tko želi poboljšati svoja znanja i vještine vođenja uspješnog prodajnog razgovora i povećati svoj utjecaj na kupce.

Koristi – nakon radionice bit ćete u mogućnosti:

- vladati svim elementima koji utječu na uspješno vođenje prodajnih razgovora s poznatim postojećim ili novim potencijalnim kupcima i klijentima
- koristiti se alatima, tehnikama i metodama za praktično korištenje u Vašim svakodnevnim prodajnim aktivnostima
- komunicirati u različitim prodajnim situacijama i s različitim tipovima kupaca
- strukturirati svoj rad s kupcima i povećati uspješnost svakodnevnih kontakata
- olakšati ostvarivanje kontakata s novim kupcima i poboljšati komunikaciju s postojećim
- isprobati novostečena znanja na samom treningu kroz praktične primjere i igranje uloga

Trajanje radionice: 3 dana

Cilj radionice:

Upoznati polaznike s različitim pristupima klijentima u različitim prodajnim situacijama, te dati profesionalnu strukturu i uvježbati osnovne elemente uspješnog prodajnog razgovora, bez obzira radi li se o novim ili postojećim kupcima.

Glavne teme radionice:

Uloga i zadaci prodavača

- uloga prodavača u prodaji i marketingu
- 4 prodajne situacije i pristupi u svakoj od njih

Tko su naši kupci?

- Kupovne situacije
- Ponašanje kupaca – odluke za kupnju

Struktura i faze prodajnog razgovora

- analiza prodajnog razgovora
- mjerila uspješnosti prodajnog razgovora
- elementi uspješne prodaje

Proces rada prije posjete

- priprema posjete i razgovora

Prvi dojam i uspostavljanje kontakta

- početak prodajnog razgovora
- elementi za uspostavljanje dobrog odnosa s kupcem
- utjecaj neverbalne i verbalne komunikacije na prvi dojam

Otkrivanje očekivanja kupaca

- metode i tehnike pridobivanja informacija
- tehnika pitanja

Predstavljanje rješenja i argumentacija

- uspješni prodajni argumenti
- prezentacija ponude / rješenja

Odluka i zaključak prodajnog razgovora

- kupovni signali
- tehnike zaključivanja

Elementi rada nakon posjete

- aktivnosti nakon posjete
- *follow up* s klijentima