

Mercuri International

MI ESSENTIAL SELLING SKILLS

POBOLJŠAJTE SVOJU PRODAJU

Ovo je put kojim se usmjeravaju vaše prodajne vještine koje su osnova svakog uspješnog prodajnog razgovora. Otkrijte sve korake prodajnog procesa i dobijte korisne savjete kako primijeniti relevantne tehnike prodaje.





KOME JE NAMIJENJEN

Svim prodajnim predstavnicima i prodajnim profesionalcima koji žele strukturirati i poboljšati svoje prodajne rezultate.



TRAJANJE : 2 + 2 dana



SADRŽAJ RAZVOJNOG PROGRAMA

1. i 2. dan

Kako doživljavamo svijet i što utječe na našu percepciju *Percepcija nije nužno realnost – ne vidimo svijet kakav je, nego kakvi smo mi*

4 osnovna stila ponašanja

Prednosti i slabosti pojedinih stilova ponašanja

Kakav je potencijal pojedinih stilova ponašanja

Kako prepoznati stil ponašanja drugih ljudi

Kako prilagoditi komunikaciju različitim stilovima ponašanja

Praktični primjeri kako poboljšati komunikaciju

3. i 4. dan

Uvod u prodajnu metodu DAPA

Priprema prodajnog sastanka

Prvi pristup

Definiranje potreba vašeg koris

Učinkovita argumentacija

Rješavanje prigovora

Zaključak dogovora

Vježbajmo!



PREGLED SADRŽAJA PROGRAMA

- *DISC komunikacijska radionica*
- *Essential Selling Skills*

DISC komunikacijska radionica – 2 dana

DISC model u prodaji omogućuje spoznaju o različitim sklonostima u ponašanju ljudi pa time i kupaca. Iz toga proizlaze jasni naputci za različite pristupe i strategije kako komunicirati/ prodavati, razvijati odnose, pregovarati ... s određenim tipovima ljudi.

DISC model osobnosti na jednostavan i razumljiv način objašnjava kompleksnost ljudskog ponašanja i osobnosti.

Svaki od 4 osnovna tipa osobnosti - **Dominant** (dominantan), **Influencing** (utjecajan), **Steady** (siguran, stabilan), **Cautious** (oprezan) - ima svoje jasne specifičnosti u ponašanju i odlučivanju koje dobar komunikator a pogotovo prodajni menadžer mora znati.

Kako komunicirati s »crvenim«?

On je dominantan, ima izražen ego, uvijek želi pobijediti i imati zadnju riječ, rijetko prihvaća savjete i teži promjenama...?



Kako komunicirati sa »žutim«?

On se brzo oduševi ali i 'ohladi', važni su mu kontakti s utjecajnim ljudima, stalno priča, uvijek želi nešto novo i drugačije, preoptimističan, zna obećati ali ...?



Kako komunicirati sa »zelenim«?

Povučena i rezervirana osoba pa ne znaš točno što misli o ponudi, ne želi brze i nagle promjene, treba mu puno vremena da se „otvori“, teško i sporo donosi odluke ...?



Kako komunicirati s »plavim«?

On uvijek traži još više podataka i činjenica, mora mu biti sve jasno prije što odluči za kupnju, postavlja puno pitanja, traži garanciju ...?



DISC - pragmatična prilagodba ponašanja je nužna stvar

Ako želimo povećati uspješnost u prodaji onda moramo primjenjivati vještinu pragmatične prilagodbe. To znači sljedeće: upoznati sebe i svoje „boje“ kao komunikatora, upoznati „boje“ svojih sugovornika i razviti novu „paletu“ svojih ponašanja kako bi u komunikaciji i prodaji bio uspješniji.

Primjer iz prakse

Zamislite da Vam na poslovni sastanak dolaze strani poslovni partneri. Kako ćete razgovarati s njima? Ukoliko želimo dogovoriti posao, koristit ćete jezik koji razumiju i jedni i drugi - najvjerojatnije njemački ili engleski. Pragmatično ćete se prilagoditi!

A kako je u prodaji? Jezik u ovom slučaju nije problem - potrebno je napraviti prilagodbu prema osobnosti sugovornika – njegovoj motivaciji, strahovima, željama, načinu na koji želi kupiti... Upoznajte DISC „paletu boja“ i njihovu snagu u svakodnevnoj komunikaciji i prodaji.

Essential Selling Skills

(Ključne prodajne vještine)

radionica – 2 dana

KORAK 1: UVOD U PRODAJNU METODU DAPA

Što je DAPA?

Učinkovita prodaja zahtijeva strukturu uspješnog utjecaja na korisnike. Otkrijte kako vam DAPA način prodaje može pomoći poboljšati predanost korisnicima i pomoći vašim korisnicima da dođu do svojih vlastitih zaključaka i odluka u prodajnom procesu.

DAPA znači:

- Definiranje zahtjeva i očekivanja korisnika za vaš proizvod ili uslugu.
- Akceptiranje i prihvaćanje zahtjeva od strane korisnika.
- Prikazivanje uz dokaze kako vaše rješenje može ispuniti zahtjeve korisnika.
- Akceptiranje i prihvaćanje rješenja od strane korisnika.



KORAK 2: PRIPREMA PRODAJNOG SASTANKA

Priprema je ključna

Važan ključ uspjeha je samopouzdanje. Važan ključ samopouzdanja je priprema. Potrebno je unaprijed se pripremiti kako biste bili sigurni da ćete postaviti prava pitanja.

Kako se pripremiti

Naučite kako se u potpunosti pripremiti za prodajni sastanak koristeći ove ključne točke:

- Prikupljanje podataka
- Analiza odnosa
- Cilj sastanka
- Struktura pristupa



KORAK 3: PRVI KONTAKT

Učinite svoj prvi sastanak uspješnim

Prvi kontakt s korisnikom je izuzetno važan, otkrijmo kako vi možete biti proaktivni i preuzeti vodeću ulogu kako biste što bolje iskoristili svoj sastanak.

Kako bi bili sigurni da ste vi i vaš klijent na istoj strani, morate predstaviti svoje ciljeve kao koristi za korisnika i osigurati da oboje imate istovjetan vremenski okvir. Saznajte kako korisnika uvjeriti da vrijedi utrošiti vrijeme na prvom početnom sastanku s vama!



KORAK 4: DEFINIRANJE POTREBA VAŠEG KORISNIKA

Kako krenuti dalje nakon prvog sastanka

Kako bi saznali potrebe korisnika, morate postaviti prava pitanja s pravim stavom. Naučite kako formulirati pitanja za dubinsko razumijevanje situacije vašeg korisnika.

Korisnikove potrebe

Kako bi bolje razumjeli situaciju svog korisnika, ovaj korak vam nudi strukturiranu tehniku postavljanja pitanja na koja trebate odgovore pod nazivom ČMPA. Ova metoda temelji se na otkrivanju trenutne situacije korisnika, kao i nastalim potrebama. Pomoću tehnike lijevka za svoja pitanja osiguravate sve potrebne informacije kako bi nastavili.



KORAK 5: UČINKOVITA ARGUMENTACIJA

Učinkovita argumentacija

Ovo je trenutak da uvjerite svog korisnika u učinkovitost vašeg rješenja. Korisniku bi trebalo biti jasno kako ispunjavate njegove zahtjeve i očekivanja. Otkrijte svoje sposobnosti privlačenja pažnje vašeg korisnika i kako na snažan način predstaviti prednosti vašeg rješenja u odnosu na potrebe korisnika.

Učinkovita argumentacija učinit će da postignete cilj da korisnik odabere vas umjesto konkurencije.



KORAK 6: RJEŠAVANJE PRIGOVORA

Ključna faza u prodajnom procesu

Neobično je ne dobiti prigovor u nekoj fazi prodajnog sastanka. Shvaćajući prigovore i ono što otkrivaju, otkrit ćete najučinkovitiji pristup kako se s njima nositi.

Tehnika u 7 koraka

Ova tehnika naučit će vas kako razumjeti primjedbe korisnika i kako s njima pravilno postupiti.



KORAK 7: ZAKLJUČAK DOGOVORA

Zaključak dogovora - početak odnosa

Pritisak je na vrhuncu i ulozi su veliki. U ovom ćete koraku otkriti kako uspješno zaključiti dogovor. Točnije, pronaći ćete 6 tehnika koje će vas voditi kroz izlazne, a opet teške završne korake prodajnog procesa.

Kako možemo ubrzati kupčevu odluku? Kada je pravo vrijeme za zaključak i zašto ponekad ipak ne uspijevamo? Saznajte odgovore u interaktivnom modulu o tome kako zaključiti prodaju, što je dio ovog koraka.



KORAK 8: VRIJEME ZA VJEŽBANJE

Testirajte svoje prodajne vještine

Posljednji korak ovog puta uključuje interaktivni modul temeljen na scenariju kroz igru, gdje možete primijeniti ono što ste naučili i dobiti pristup dodatnim detaljima i materijalima o ključnim prodajnim tehnikama i strategijama iz nastavnog sadržaja.





MERCURI
international