

Seminārs – treniņš MĒRĶTIECĪGA PĀRDOŠANA (aktīvajiem pārdevējiem)

Mērķis

- Pilnveidot uz aktīvo pārdošanu orientētas komunikācijas prasmes
- Apgūt un uzlabot pārdošanas sarunas struktūru ar klientu
- Apgūt un uzlabot vizītes pārdošanu pa telefonu
- Uzlabot uzstāšanās prasmes, plānošanu
- Pilnveidot klienta izpēti un analīzes prasmes
- Apzināt savas prasmes, priekšrocības un potenciālās iespējas sarunās ar klientiem
- Iegūt motivāciju, pārliecību pār savām spējām, nostiprināt iegūtās zināšanas patstāvīgā darbā

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 pārdodot un apkalpojot klientus
- Atgriezeniskā saite vadībai – anketēšanas un pārrunu rezultāts, vienošanās par mācību norisi

Treniņš - treniņš

- Seminārs – treniņš ar aktīvu dalībnieku iesaistīšanu, diskusijas un pieredzes apmaiņa, piemēri un ieteicamie risinājumi
- Praktiski vingrinājumi, individuālie un grupu darbi
- Audio un video materiālu par pārdošanu un klientu apkalpošanu kopīga analīze (pozitīvi un negatīvi piemēri)
- Lomu spēles – audio un video treniņi: situāciju modelēšana, izspēle, analizēšana, atgriezeniskā saite un ieteikumi (katram dalībniekam plānotas trīs lomas – pārdevēja un klienta loma, kā arī jānovērtē un jāizanalizē viena pārdošanas situācija)
- Asertivitātes (pārliecinātas uzvedības) treniņš
- Dalībnieku rīcībā paliek mācību materiāli
- Mācību noslēgumā dalībnieki definē konkrētus mērķus (prasmes, ko uzlabos, pārdošanas apjoms, ko sasniegs) noteiktā laika periodā. Vērtējumu saņem arī vadītāji

Pēc mācībām:

- Atgriezeniskā saite par mācību norisi, grupu kopumā un personībām
- Ieteicamie mērķu kontroles mehānismi (tiešais vadītājs)

Norises laiks – 3 dienas

Mērķauditorija – līdz 12 dalībniekiem grupā

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

Klientu tipoloģijas, darbs ar dažādiem klientu tipiem

- Atkarībā no attieksmes (ekonomiskie, emocionālie, pragmatiski, prestižie)
- Atkarībā no zināšanām par produktu

Klienta izpēte un sadarbības plānošana

- Potenciālā klientu profila izveide
- Potenciālā klientu analīze
- Klienta mērķi un sadarbības motīvi, to prognozēšana un izzināšana
- Stereotipi. To ietekme uz potenciālo klientu izvēli

Darbs ar telefonu – kā norunāt tikšanos ar klientu

- Telefona sarunas etiķete. Pieļaujamās atkāpes no etiķetes

- Telefona sarunas priekšrocības un trūkumi. Biežāk pieļaujamās kļūdas, runājot pa telefonu
- Ieteikumi veiksmīgai telefona sarunai. Ko teikt un ko neteikt pa telefonu
- Balss. Kā izmantot savu balsi?
- Sarunas struktūra, norunājot tikšanos

Pārdošanas sarunas struktūra

- Sagatavošanās pārdošanas sarunai
 - Mērķu uzstādīšana. Pārdošanas stratēģija un taktika
 - Lietišķais standarts, etiķete. Ārējais izskats
- Kontakta veidošana. Sarunas atklāšana. Sevis un uzņēmuma prezentācija
 - Vietas izvēle (ja iespējams). Ķermeņa valoda
- Klienta interešu, vajadzību izzināšana. Jautājumi. To ietekme uz klientu. Aktīvā klausīšanās
- Piedāvājums, tā prezentācija. Piedāvājuma struktūra. Argumentācija. Argumentu izvēle
- Darbs ar iebildumiem. Iebildumu rašanās iemesli. Iebildumu atspēkošanas metodes
- Virzīšana uz lēmumu. Sarunas noslēgums. Turpmākā darbība. Solījumi un to pildīšana
- Ilgtermiņa attiecību veidošana ar klientiem

Audio/video treniņi, situāciju modeļošana, lomu spēles, atgriezeniskā saite – uz mērķtiecīgu pārdošanu vērsta komunikācija

1. treniņš – Kā pārdot tikšanos?
2. treniņš – Klientu vajadzību izzināšana un radīšana, piedāvājums un piepārdošana