

Badanie potrzeb klientów



Celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w podstawowe narzędzie z portfela handlowca i doradcy klienta, jakim jest zadawanie właściwych pytań. Podczas szkolenia uczestnicy nauczą się we właściwy sposób sondować potrzeby swoich klientów i dopasowywać do nich najtrafniejsze rozwiązania, nauczą się zadawać najlepsze pytania, przetestowane z powodzeniem przez mistrzów sprzedaży, a także tworzyć potrzeby w świadomości klienta, poprzez właściwe kierowanie przebiegiem rozmowy.

Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

-  W codziennej pracy zajmują się sprzedażą.
-  Do ich zadań należy nawiązywanie kontaktu z klientem.
-  Wolą mówić niż słuchać, przez co koncentrują się na ofercie a nie na potrzebach klienta.
-  Nie znają lub nie potrafią się posługiwać językiem korzyści.
-  Nazbyt często używają pytań zamkniętych, przez co zamykają sobie drogę do sprzedaży.
-  Zbyt wiele rozpoczętych przez nie rozmów sprzedażowych kończy się fiaskiem.
-  Ich klienci zbyt często nie są zadowoleni z otrzymanych produktów/usług.
-  Nie potrafią przeprowadzić rozmowy z klientem w sposób uporządkowany i satysfakcjonujący rozmówcę.

Po szkoleniu uczestnicy:

-  Każdego klienta traktują w sposób indywidualny, klienci czują to i mają większą satysfakcję ze sposobu, w jaki zostali potraktowani.
-  Rozmawiając z klientami kierują się empatią, dążą do zrozumienia ich rzeczywistych potrzeb.
-  Zadają właściwe pytania otwarte, potrafią dojść do sedna problemu.
-  Znają techniki kreowania potrzeb klienta, poprzez zadawanie właściwych pytań.
-  W rozmowie z klientem posługują się językiem korzyści.
-  Znają i stosują w praktyce metodę „lejka”.
-  Podczas rozmowy z klientem koncentrują się na słuchaniu, zamiast na mówieniu.
-  Czują się znacznie pewniej podczas rozmów z klientami.
-  Mają większą skuteczność sprzedaży.



Szkolenie kończy się dopasowanymi do realiów pracy uczestników symulacjami rozmowy z klientem, które nagrywane są na video i poddawane dokładnej analizie przez uczestników i trenera. Po szkoleniu każdy z uczestników na życzenie otrzyma bezpłatny dostęp do swojego nagrania, opatrzonego komentarzem trenera.

Program szkolenia

Dzień 1

-  Wprowadzenie do szkolenia.
-  Otwierane rozmowy sprzedażowej – strategię.
-  Aktywne słuchanie – na co zwracać uwagę podczas rozmowy z klientem, jak prowadzić rozmowę, by klient miał poczucie, że jest traktowany w sposób wyjątkowy.
-  Odzwierciedlanie i parafraza – jak sprawić, by klient miał wrażenie, że rozumiemy jego potrzeby.
-  Rodzaje pytań: otwarte i zamknięte. Kiedy zadawać które pytania, wady i zalety każdego rodzaju pytań.
-  Rodzaje pytań: naprowadzające i doprecyzowujące. Kiedy zadawać które pytania, wady i zalety każdego rodzaju pytań.
-  Metoda lejka – kierowanie rozmową handlową „od ogółu do szczegółu”.
-  Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.

Dzień 2

-  Przypomnienie wiedzy z dnia pierwszego.
-  Co robić, kiedy klient sam nie wie, czego potrzebuje. Strategie prowadzenia rozmowy handlowej, bazujące na metodologii „wyboru pozornego” przez alternatywę, kontrast i prowokację.
-  Znamy potrzeby klienta – co dalej? Używanie języka korzyści celem dopasowania naszej oferty do potrzeb klienta.
-  *Value Proposition* – budowanie przewagi konkurencyjnej, poprzez właściwą prezentację firmy i jej produktów/usług.
-  Konstruowanie schematu prowadzenia rozmowy z klientem dopasowanego do realiów pracy uczestników.
-  Symulacje rozmowy z klientami. Każdy z uczestników prowadzi ok. 10 minutowy wywiad, którego celem jest zbadanie potrzeb klienta. Temat każdego z wywiadów dotyczy sytuacji na co dzień spotykanych w realiach zawodowych uczestników. Rozmowy są nagrywane i omawiane. Każdy z uczestników otrzymuje szczegółowy feedback.
-  Podsumowanie szkolenia.

