

Региональный центр тренинга и консультирования «РЕЦЕТРИК» г. Санкт – Петербург

(812) 931-04-37

erofeeve@recetrik.ru

<http://recetrik.ru>

Авторский тренинг Евгения Ерофеева

«43 ПРИЁМА, УВЕЛИЧИВАЮЩИЕ ПРОДАЖИ»

тренинг для продавцов розничных сетей и салонов, менеджеров по продажам, продающим сотрудникам колл - центров

Информация о тренере:

Ерофеев Евгений

Опыт работы в области проведения бизнес – тренингов и управленческого бизнес – консультирования с 1996 года.

Автор более 50-ти программ тренингов.

Проводил тренинги по продажам:

- Сеть ювелирных салонов «Русские самоцветы»
- "HONEYWELL" - американская компания по производству оборудования для инженерных сетей.
- Группа "Эликор" - российский производитель товаров для дома.
- Фабрика мягкой мебели "FinnFani" - финская компания по производству и оптовой продаже мягкой кожаной мебели
- Розничная сеть товаров для животных «Золотая рыбка»;
- "Веста Трейдинг" - розничная сеть инженерной сантехники
- "Шпилька" - розничная сеть профессиональной косметики
- "Canon-office service" - официальный партнер компании "Canon".
- ЗАО "Парфюм" - крупнейший оператор в России на рынке FMCG
- ООО "ЛенМИКС Элитные воды" - официальный дистрибьютор концерна Nestle Waters
- Компания «Энергодом» - розничная торговля систем отопления и водоснабжения.
- ООО "Кубанские вина" - производство и реализация алкогольной продукции.

Автодилеры:

- "ТОЙОТА центр Приморский" - официальный дилер "TOYOTA"
- Автоцентр "Лексус Приморский"- Официальный дилер "Lexus"
- "ТОЙОТА центр Парнас" - официальный дилер "TOYOTA"
- "ТОЙОТА Центр Волхонский" - официальный дилер "TOYOTA"
- "Ауди Центр Петербург" - официальный дилер "Audi"
- "Volkswagen Russia" - официальный дилер "Volkswagen"

И многие другие.



Актуальность тренинга

01

Финансовый показатель — это основной показатель жизнеспособности любой коммерческой организации.

02

Чтобы продающий персонал смог бы обеспечивать высокий уровень выручки, ему необходимо дать нужные и эффективные инструменты и технологии продаж, а также научить ими пользоваться.

03

В продажах существуют технологии работы. Если этими технологиями владеют конкуренты и не владеют свои сотрудники, то компания гарантировано теряет выгоды.

04

Предлагаемые приёмы дали положительные результаты и зарекомендовали себя как действенные и эффективные. Многие приёмы разработаны автором тренинга на основе 20 -ти летнего опыта работы.

05

На тренинге участники получают только конкретные и практические приёмы продаж без лишней теории

**Приёмы отрабатываются на основе
товаров или услуг компании - заказчика**



Если в вашей компании оказывают организационную поддержку продающему персоналу с целью увеличения объёмов продаж, то этот тренинг для вас.

ЦЕЛЬ ТРЕНИНГА:

Обучение продавцов эффективным алгоритмам действий

Освоение технологий работы с разными типами покупателей и ситуациями в продажах

Отработка навыков работы с конкретными приёмами, увеличивающими объёмы продаж

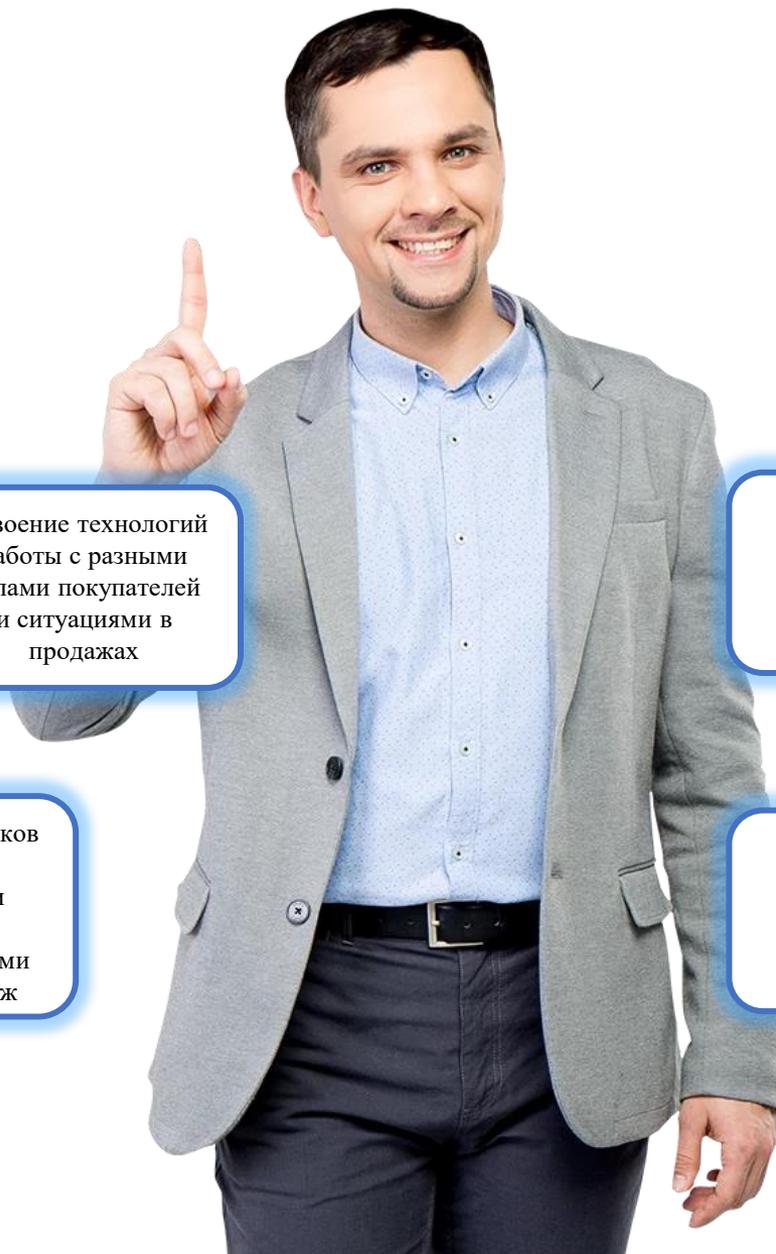
ПЛАНИРУЕМЫЙ РЕЗУЛЬТАТ ОТ ТРЕНИНГА:

Для участников:

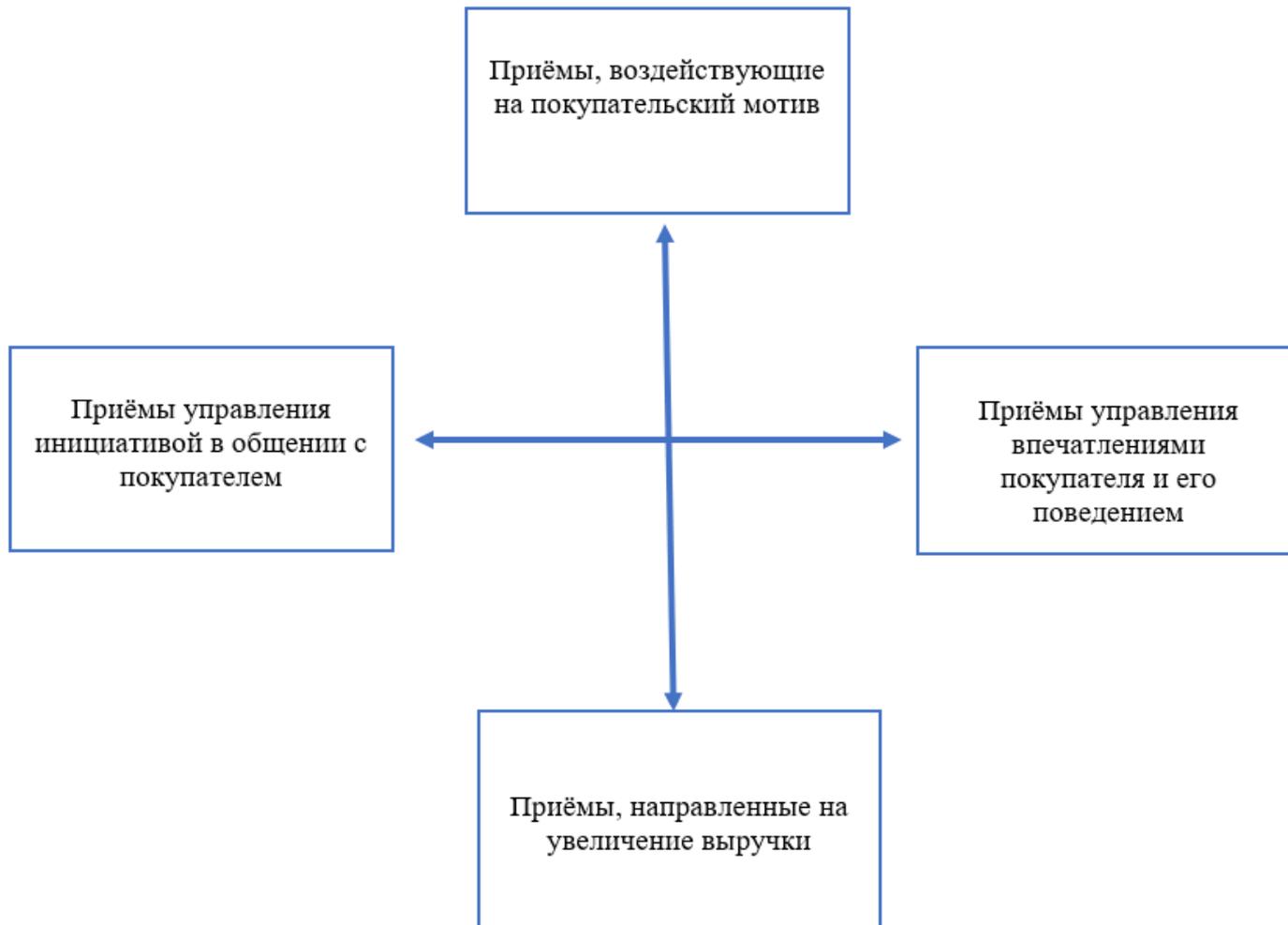
Практическое освоение приёмов продаж и действенных алгоритмов поведения, позволяющих увеличивать выручку.

Для организации:

Повышение эффективности управления продажами за счет оптимизации работы продающего персонала



ГРАФИЧЕСКАЯ КОНЦЕПЦИЯ ЗОН РАЗВИТИЯ УЧАСТНИКОВ ТРЕНИНГА.



ТЕМЫ ТРЕНИНГА

1. Шесть приёмов развития инициативы продавца.

В рамках этой темы участники тренинга освоят шесть приёмов работы с инициативой в продаже:

- приёмы, нацеленные на мягкий захват инициативы в общении с покупателем;
- приёмы, нацеленные на удержание инициативы в своих руках;
- приёмы, нацеленные на мягкий перехват инициативы от покупателя;
- приём, нацеленный на передачу инициативы покупателю для принятия решения о покупке.

2. Типы покупателей и четыре техники в подходах продавца.

Один и тот же приём не подействует на всех покупателей. Поэтому продавцу важно ориентироваться в типах покупателей и уметь выстраивать индивидуальный подход к разным покупателями.

В рамках этой темы участники тренинга освоят четыре техники для установления положительного контакта с разными типами покупателей:

- враждебно и агрессивно настроенный клиент;
- клиент холодный и избегающий общения с продавцом;
- чрезмерно общительный и сверхпокладистый покупатель;
- компетентный покупатель, глубоко знающий рынок и товар.

ТЕМЫ ТРЕНИНГА

3. Приём, воздействующий на метапрограммы покупателя.

Метапрограммы человека – это его фильтры восприятия поступающей информации.

Одни покупатели допускают к своему сознанию информацию, поданную одним способом, для других предпочтительней иной.

В рамках этой темы участники изучат технику, позволяющую определять способ мышления каждого конкретного покупателя и предоставлять информацию так, чтобы она воздействовала бы на его покупательский мотив.

4. Десять приёмов презентации товара.

В рамках этой темы участники освоят десять приёмов, как предложить товар, чтобы он стал бы желанным для покупателя, отработают убедительные выражения и скрипты, влияющие, как на эмоциональную, так и на логическую сферу покупателя.

Для структуризации приёмов используется маркетинговая технология AIDA, где приёмы разделяются по направлению на:

- привлечение внимания покупателя к товару или услуге;
- формирование интереса покупателя к товару или услуге;
- возникновение желания у покупателя к покупке;
- покупка.

Дополнительные приёмы в этой теме направлены на то, чтобы поддержать чувство удовлетворения покупателя от покупки.

ТЕМЫ ТРЕНИНГА

5. Пять приёмов обсуждения цены товара.

В рамках этой темы участники отработают приёмы обсуждения цены товара или услуги, научатся уравнивать в сознании покупателя цену с преимуществами для покупателя и ценностью от покупки.

6. Три приёма отстройки от конкурентов.

Часто покупатели сравнивают товар с тем, который предлагают конкуренты. В рамках этой темы участники освоят приёмы, позволяющие отстроить свой товар или услугу от конкурентов в пользу большей привлекательности своего предложения товара или услуги.

7. Три приёма кросс – продаж.

В рамках этой темы участники тренинга освоят приёмы, направленные на увеличение среднего чека за счёт подвода покупателя к сопутствующим, акционным и другим товарам после покупки основного.

8. Восемь приёмов работы с возражениями покупателя.

Под возражениями скрываются любые причины, по которым покупатель не готов к покупке. В рамках этой темы участники освоят эффективные приёмы преодоления возражений покупателя, применительно к любому товару или услуге.

9. Пять приёмов завершения продажи.

В рамках этой темы участники освоят приёмы помощи покупателю в принятии окончательного решения и подведения его к покупке.

ОРГАНИЗАЦИЯ ТРЕНИНГА.

Тренинг проводится с использованием интерактивных методов формирования навыков, таких, как: деловые и ролевые игры, отработка приемов в мини – группах, самостоятельная работа участников; презентации изучаемых технологий; мини – лекции; мозговой штурм; видео – тренинг; дискуссии; разбор кейсов.

В процессе тренинга участники получают комплект раздаточных материалов с описанием технологий, изученными на тренинге.

По окончании тренинга участники получают Сертификат о прохождении тренинга.

Продолжительность тренинга (очная форма): 2 дня с 10:00 до 18:00

Продолжительность тренинга (он – лайн): 4 дня с 10:00 до 18:00

Количество участников: 16 человек (очная форма) и 8 человек (формат он – лайн)

**Тренинг проводится как
очно, так и в формате он
– лайн**





КОНТАКТНАЯ ИНФОРМАЦИЯ:



(812) 931-04-37

erofeeve@recetrik.ru

<http://recetrik.ru>

СЮРПРИЗ!



Весь июль и август проводится акция:
скидка 25% на данный тренинг

