

Тренинг «Эффективные В2В продажи»

2 дня /16 часов

Тренинг дает четкую систему знаний по этапам в технологии продаж. Участники получают более 15 конкретных инструментов, применимых в практике продаж. Программа адаптируется под тот бизнес-показатель, который компании необходимо улучшить.

Тренинг решает проблемы:

- » Тренинг способствует переводу действий менеджера по продажам в четкую систему шагов.
- » Менеджеры научатся занимать лидирующую позицию в продаже с любым клиентом, повышая конверсию на каждом этапе.
- » Менеджеры научатся лучше понимать клиента и убедительно предлагать наиболее подходящий продукт или услугу, повышая лояльность.

Тренинг будет особенно полезен, когда:

- » У менеджеров нет четкого понимания последовательности действий на каждом этапе продаж.
- » Менеджеры не могут убедить клиента выбрать именно их продукт или услугу, не понимают, как «дожимать» сомневающегося клиента.
- » Менеджеры не знают, как привлекать новых клиентов и бороться с возражением «У нас есть надежный поставщик».

В результате участники:

- » Систематизируют имеющиеся знания о видах продаж: личные, холодные звонки, входящий поток.
- » Будут понимать, как влиять на ключевой показатель с использованием технологии продаж.
- » Овладеют универсальной технологией этапов продаж с четким пониманием цели и наполнения каждого этапа.
- » Смогут подстраивать технологию под особенность каждого клиента.
- » Приобретут навыки гибкости в использовании техник работы с клиентом.
- » Смогут эффективно отрабатывать сомнения и возражения клиента.

Программа тренинга:

Модуль	Содержание модуля
Модуль 1. Технология продаж	<ul style="list-style-type: none">• Рассмотрим базовую технологию продаж. Совместно с участниками опишем их процесс действий с клиентом и цели каждого этапа.• Рассмотрим особенности продаж в сегменте бизнеса заказчика и как они влияют на технологию.• Обсудим важность работы по описанному алгоритму и варианты, когда технология может видоизменяться.
Модуль 2. Подготовка к продаже	<ul style="list-style-type: none">• Обсудим важность этапа подготовки к продаже.• Изучим три аспекта подготовки: информационную, материально-техническую, психологическую.• Отдельно рассмотрим, какие психологические барьеры и страхи есть у участников и как их уменьшить.• Совместно с группой составим чек-лист правильной подготовки к коммерческим-переговорам, чтобы чувствовать себя максимально уверенно и ничего не забыть.
Модуль 3. Установление и развитие контакта с клиентом	<ul style="list-style-type: none">• Научимся создавать положительное первое впечатление. Обсудим, с чего нельзя начинать общение с клиентом.• Изучим стратегии развития диалога: с чего начать общение с клиентом – 3 приема.• Определим индикаторы, по которым можно понять, что контакт установлен.• Обсудим особенности установления контакта при холодных звонках и потренируемся в группах.• Практикум: установление контакта в разных ситуациях.• Каждому участнику будет задана определенная ситуация: тип клиента, стадия отношений с клиентом (постоянный, новый, клиент, который перестал покупать и т.д.). Задача – начать диалог и создать позитивное впечатление, которое позволит перейти уже к рабочим вопросам.

<p>Модуль 4. Выявление потребности клиента</p>	<ul style="list-style-type: none">• Обсудим важность понимания потребности в сегменте B2B.• Введем понятие «боли» и «возможности» клиента и рассмотрим на конкретных примерах.• Изучим и потренируем способы выявления и формирования потребностей.• Выполним упражнение: типы вопросов. Каждый участник будет задавать различные типы вопросов и совместно с группой будем определять, насколько каждый вопрос смог раскрыть информацию о клиенте.• Изучим инструмент «Установочная встреча» как дополнительный инструмент понимания потребности в длинных продажах.• Выполним практическое упражнение: «пул вопросов для формирования идеального предложения». Методом мозгового штурма напишем пул универсальных вопросов, которые важно задать любому клиенту, систематизируем вопросы по тематическим блокам (о принятии решения, о коммерческих условиях и т.д.).• Введем понятие «ЛПР» и «ЦПР»: что это, и в чем особенности потребностей каждого специалиста.• Кейс: определение ЦПР. Работа в группах. Каждая команда получит кейс, где будет подробно описан процесс закупок. Задача команд – определить центр принятия решения и влияние каждого участника этого центра друг на друга.• Обсудим, как важно понимать интересы разных ЛПР, потому что они сильно отличаются.• Проведем мозговой штурм: интересы разных ЛПР. Выпишем список всех должностей, с кем чаще всего контактируют менеджеры. Каждой команде будет необходимо определить интересы данной должности, и какими решениями и продуктами компания может реализовать данную потребность.
<p>Модуль 5. Правила и методы эффективной презентации</p>	<ul style="list-style-type: none">• Научимся грамотно презентовать собственную компанию и услуги, продукты.• Научимся при презентации характеристик продукта связывать их с выявленными потребностями клиентов.• Упражнение в группах на отработку инструмента ХПВ. Каждая мини-команда из 3-4 человек получает какой-то продукт или услугу из ассортимента компании. Задача: по цепочке создать презентацию от характеристик к выгодам.

	<ul style="list-style-type: none">• Определим критерии решения, которое интересно клиенту - каким критериям должно соответствовать.• Изучим методы усиления аргументации своей позиции.• Изучим и потренируем 8 приемов усиления с ментальной отработкой в мини-группах.• Деловые игры на применение приемов усиления аргументации с целью убедить клиента в своем решении. Используем подготовленные до тренинга кейсы на основании реальных ситуаций участников. Каждая команда должна совместно, исходя из условий кейса, подготовить сильную аргументацию, выбрав 3-4 приема. Затем один участник от команды участвует в переговорном процессе. Действия оцениваются по чек-листам и дается обратная связь.
<p>Модуль 6. Технологии работы с сомнениями и возражениями клиентов</p>	<ul style="list-style-type: none">• Рассмотрим типовые возражения и наиболее эффективные ответы на них. С какими возражениями менеджерам приходится встречаться чаще всего.• Подумаем, как отвечать на типовые возражения по цене? Нетипичные ответы на типичные возражения.• Потренируем 5-ти шаговую модель работы с возражениями - самый эффективный и одновременно простой метод ответа на любые возражения клиентов.• Упражнение: самостоятельное написание сценария ответа на возражение.• Работа в тройках на закрепление алгоритма отработки возражений. Группа объединяется в команды по три человека, каждый из которых имеет определенную роль (менеджер, клиент, наблюдатель). В тройках по очереди каждый выступает в той или иной роли. Задача отработать как можно больше возражений по алгоритму.
<p>Модуль 7. Технологии «дожима» клиента</p>	<ul style="list-style-type: none">• Подумаем, почему клиент не покупает? Рассмотрим основные причины задержки и срывов согласованных заявок, тактические и коммуникативные ошибки при закрытии сделки.• Научимся диагностировать готовность клиента к совершению покупки. Как понять, что клиент готов

	<p>заключить сделку. Научимся работать по «дожиму» клиента на разных этапах сделки.</p> <ul style="list-style-type: none">• Проведем анализ видео на понимание готовности клиента к принятию решения.• Разберем коммуникативные технологии «дожима» и основные ошибки продавцов на этапе завершения сделки.• Практикум на отработку методов «дожима». Для каждого менеджера будут определены типовые ситуации, когда клиент колеблется в принятии решения. Задача – используя изученные методы «дожима» договориться с клиентом о нужном решении.
Модуль 8. Завершение тренинга	<ul style="list-style-type: none">• Планирование изменений в собственных продажах. Круг обратной связи.• Ответы на вопросы участников. Получение индивидуальных рекомендаций от тренера.

Формат проведения

» 16 часов: 2 дня по 8 часов очно

В этой программе теория/практика = 30/70%. Т. е. практики с её анализом около 11 ак.часов. Это полноценный тренинг с оптимальным сочетанием практики и теории.

» 12-20 участников - оптимальное количество для тренинговой динамики.

Каждый модуль тренинга включает в себя:

- » Концентрированную теоретическую часть.
- » Упражнения на отработку задач модуля или закрепление навыка. Все упражнения детально разбираются, подготавливая вас к продажам реальным партнерам.

На этапе подготовки к тренингу:

1. Заказчик совместно с тренером максимально конкретно детализируют текущие сложности и результат, который должен быть получен в формате:
 - что должны знать участники после обучения (инструменты, термины и т.д.),
 - что должны понимать участники (правильные установки, принципы, цели и пр.)
 - что должны уметь (с какими навыками выходят после обучения).
2. Определяются показатели, улучшению которых должен способствовать тренинг. Это именно те условия, которых должен добиваться менеджер по продажам в своей деятельности.

3. Перед тренингом совместно с заказчиком обсуждаются основные сложности и ситуации, в которых оказывается менеджер по продажам. При подготовке к обучению тренер на базе данных описаний создает уникальные кейсы по продажам, в которых прописываются условия, интересы сторон, цели, а также механика проведения игр и упражнений. Для каждого упражнения готовятся чек-листы, по которым участники и наблюдатели смогут оценить успешность применения навыков.

Инструменты для применения после тренинга:

- » чек-лист подготовки к продаже;
- » варианты персональных сценариев (исходя из целей тренинга): сценарий по завоеванию нового клиента, сценарий по возврату клиента, определения ЛПР и т.д. Под сценарием понимаем возможный набор и последовательность инструментов, техник, речевых модулей;
- » алгоритмы презентации продукта или услуги;
- » алгоритм отработки возражений.

Посттренинговая поддержка:

- » После тренинга участники получают домашнее задание, связанное с их реальной практикой, для отработки изученных на тренинге инструментов.
- » Тренер лично проверяет выполнение и дает индивидуальную обратную связь по правильности использования инструментов.

Стоимость:

Мы быстро рассчитаем стоимость проведения тренинга под специальные задачи вашей компании. Вам достаточно позвонить по телефону +7 (812) 407-37-61 или отправить краткий запрос по адресу: welcome@eto5.ru.

Что входит в стоимость	
Подготовительный этап: анализ деятельности компании, анализ задач компании	+
Интервью с заказчиком. Обсуждение блоков программы, расстановка приоритетов	+
Формирование программы тренинга с учетом задач компании	+
Подготовка раздаточных материалов, разработка и корректировка упражнений	+

Проведение тренинга	+
Проверка домашних заданий участников после тренинга	+
Обратная связь о группе в целом в форме письменных рекомендаций (тезисно)	+

Бизнес-тренер Дмитрий Ерин

Дмитрий Ерин. Бизнес-тренер. Фасилитатор.
Ведущий бизнес-мероприятий.

Автор управленческих программ, тренингов
по продажам и переговорам, эмоциональному интеллекту, лидерству.

Входит в ТОП-30 тренеров России по версии журнала «Управление персоналом».

Тренер MBA в России и республике Беларусь.

- » 15+ лет в сфере обучения и развития компетенций сотрудников в крупнейших российских и иностранных компаниях.
- » 3700+ обученных сотрудников.
- » 75% обучаемых демонстрируют прогресс в результатах.



3 принципа проведения программ обучения Дмитрия Ерина

1. Через обучение способствовать **изменению бизнес-результатов** сотрудников, а не только знаний и навыков.
2. **Системно интегрировать знания и навыки в компетенции** сотрудников.
3. Создавать условия **закрепления полученных знаний и навыков на практике**.

Высшее образование в области управления персоналом и психологии, менеджмента организаций. РАНХиГС.

Аспирантура в области социологии управления. РАНХиГС.

Дополнительное образование

УСИБ – Мини MBA Управление компанией.

Школа внутренних тренеров / Фасилитация /Спиральная динамика

Профессиональный опыт:

HR бизнес-партнер, Тренер-консультант, Руководитель коммерческой функции, Руководитель корпоративного отдела обучения, Управляющий партнер тренинговой компании.

Отрасли профессиональной деятельности:

FMCG, производство и дистрибуция электротехнических товаров, рекрутинговые услуги, производство продуктов питания, напитков, бытовой химии, образовательные услуги.

Компании: Юниленд, Bella, ЭТМ, Балтика (Карлсберг групп), бизнес-школы.

 [Ерин рекомендательные письма — Яндекс Диск \(yandex.ru\)](#)

Компании, в которых проводились наиболее крупные проекты по обучению:

Транспорт, авиация: РЖД, Эйрбург

Промышленное производство: Русал, Аккерман, Сухоложскцемент

Автозапчасти и автожидкости: Трансойл, Русойл, Норскен, Армтек, Автотяга

FMCG: Балтика, Белла, Юниленд, Инзаре (Чеченские минеральные воды), Пивко, Главобед, Хаят (бумажная продукция)

Девелопмент: Брусника, Атомтройкомплекс

Услуги: Контора (барбершопы), Тенет (отель), Кулига Парк (база отдыха), Френдс Холл (сеть мягких караоке-студий)

Розница (консультирование конечных покупателей): Парфюм Косметикс, Покров, Альтдекор