

PROPOZYCJA WSPÓŁPRACY

Akademia Profesjonalnego Sprzedawcy

AKADEMIA PROFESJONALNEGO SPRZEDAWCY

Nadszedł czas „handlowców – psychologów”...Szkolenie ma na celu usprawnienie umiejętności motywowania siebie do osiągnięcia najlepszych rezultatów, nieustannej poprawy jakości pracy oraz ulepszenia własnego stylu komunikacji z klientami.

Modułem wyjściowym do dalszej części szkolenia będzie umiejętność analizy własnych działań, świadomość ich konsekwencji i wpływu jaki mają na ostateczny sukces w wyniku sprzedażowym. Świadomość głównego celu jakim jest wzrost wyników sprzedażowych chcemy wypracować poprzez zmianę obecnej postawy i zrozumienie ważności każdego elementu procesu sprzedażowego oraz obsługi klienta, wypracowanie nawyków i konsekwencji w realizacji wypracowanych działań.

Każdy handlowiec powinien o tym pamiętać, że wszelkie jego działania mają jeden cel: sprzedaż. Na skuteczny efekt kończący transakcję sprzedażą, ma wpływ wiele elementów. Szkolenie to w praktyczny sposób koncentruje się na argumentacji i przekonywaniu do swoich racji, co jest bardzo istotne w procesie sprzedaży. Przede wszystkim jest to kształtowanie własnej postawy i motywacji, bez której nawet najlepszy produkt z trudem może się obronić. Dopiero wtedy dzięki dostarczonej podczas szkolenia wiedzy, skutecznym praktycznym narzędziom oraz rozwoju umiejętności uczestników możemy oczekiwać podniesienia efektywności prowadzonych działań sprzedażowych.

Warsztat poświęcony jest m.in. metodom automotywacji. Pokazuje jak wykorzystać najnowszą wiedzę oraz sprawdzoną praktykę, by własny potencjał wykorzystać jak najbardziej efektywnie. Krótko mówiąc „By chciało nam się chcieć”.

W ramach Akademii Profesjonalnego Sprzedawcy proponujemy następujące moduły:

Profesjonalna Obsługa Klienta - motywacja, schemat wizyty, techniki zamykania sprzedaży, typologia klientów

Skuteczne Techniki Sprzedaży - negocjacje sprzedażowe, techniki coachingowe w sprzedaży, cele i ich realizacja, obrona ceny

Skuteczna Prezentacja Produktu. Techniki autoprezentacji podczas spotkań handlowych

Główne obszary/tematy Akademii :

- motywacja i pobudzenie zaangażowania
- wzmocnienie świadomości swoich mocnych stron
- profesjonalna obsługa klienta - schemat, proces
- realizacja celów sprzedażowych
- dopasowanie do osobowości klienta
- sytuacje trudne i konfliktowe - obiekcje
- opanowanie podstawowych technik sprzedażowych i negocjacyjnych
- techniki zamykania sprzedaży
- zmiana przekonań w postrzeganiu klientów, własnej firmy, produktu, zawodu sprzedawcy - „jeśli niczym się nie wyróżniasz to lepiej być tani”
- techniki autoprezentacji

1. Profesjonalna Obsługa Klienta - Motywacja , Postawa, Budowanie pewności siebie , schemat rozmowy sprzedażowej (2 dni)

PROGRAM SZKOLENIA

CELE modułu I

1. Opanowanie technik automotywacji
2. Zmiana przekonań i nastawienie na cel
3. Proces sprzedaży
4. Budowanie relacji z klientem
5. Techniki sondowania potrzeb i umiejętność słuchania
6. Typologia klientów
7. Techniki zamykania rozmów sprzedażowych

Celem szkolenia jest również doskonalenie wykorzystania własnych emocji do zwiększania osiągnięć oraz umiejętności interpersonalnych potrzebnych w inspirowaniu siebie do rozwoju. Podczas szkolenia uczestnicy uświadomią sobie wagę aspektów psychologicznych wykorzystywanych w obsłudze klienta sprzedaży. Po szkoleniu uczestnicy będą również wiedzieli jak stosować i **wdrażać w codzienną pracę** psychologiczne techniki obsługi i sprzedaży oraz metody zwiększające szanse jej finalizacji.

Przekonania i zmiana nastawienia, automotywacja do osiągnięcia celów i wyników

1. Istota pracy Handlowca w świetle dzisiejszych realiów rynkowych (niezbędna i pożądana wiedza, umiejętności i postawa).

- Najważniejsze reguły i zasady profesjonalnej obsługi Klienta : Sprzedawca vs Handlowiec
- Wpływ, jakości obsługi Klienta na konkurencyjność i pozycję firmy na rynku.
- W jakim jesteśmy miejscu i dokąd jako firma zmierzamy? Gdzie chcemy być?
- Wynik sprzedażowy a systematyka i konsekwencja własnych działań
- Świadomość i wpływ potencjału jaki mam w sobie oraz narzędziach , jakie daje mi firma na wzrost wyników sprzedażowych
- Co daje mi firma, co daje ja firmie..? Czy potrafimy doceniać?
- Zaplanuj swój wynik : „Niepowodzenie w planowaniu , to planowanie niepowodzenia”
- Czy potrafię wziąć na siebie odpowiedzialność za wyniki i rozwój firmy?

➔ **Celem tego modułu jest uświadomienie uczestnikom jak ważne jest wyrobienie w sobie skutecznych i sprawdzonych w sprzedaży nawyków poprawiających skuteczność własnych działań**

➔ W trakcie tego modułu uczestnicy spojrzą na siebie pod kątem kluczowych cech skutecznego handlowca. **Bowiem skuteczność działań handlowych to oprócz umiejętności, również formalizmy i systematyka.** Na podstawie wypracowanych wspólnie niezbędnych cech **oraz koniecznych do wykonania zadań, jakie powinien wykonać handlowiec, uczestnicy będą w stanie ocenić swój poziom określonych kompetencji sprzedażowych, jak również poznają narzędzia zwiększające skuteczność sprzedaży poprzez systematyczność i konsekwencję własnych działań.**

➔ **Uczestnicy uświadomią sobie jak ważne w tzw. parciu na wynik jest zaangażowanie i zrozumienie bazowych zasad pracy z klientem.**

➔ Zrozumieją jak ważny jest każdy etap procesu sprzedaży, by osiągnąć założony cel

W module poszerzymy kompetencje: maksymalnego wykorzystania własnego potencjału sprzedażowego oraz możliwości jakie daje mi firma, systematyki własnych działań, świadomość wpływu własnego zaangażowania na główny wynik sprzedażowy, świadomości konsekwencji i systematyki działań.

2. Automotywacja - samodoskonalenie się oraz zwiększanie własnej efektywności. „By chciało mi się chcieć”

- Samodoskonalenie się (co można zmieniać, a co warto zmieniać)
 - **Przepis na sukces** życiowy i zawodowy
 - **Otwartość na innych - budowanie relacji z Klientem**
 - Motywowanie siebie do zmian- główne czynniki i zasady budowania automotywacji
 - Mistrzowie narzekania. Dlaczego lubimy narzekać?
 - Rola optymizmu i metody wzbogacania własnego potencjału. Wpływ optymizmu na skuteczność sprzedaży
 - Rola i znaczenie empatii w biznesie (wyniki najnowszych badań)
 - Analiza i wykorzystanie własnych emocji i umiejętność ich wykorzystywania do skuteczniejszego działania na polu zawodowym.
 - Analiza i wykorzystywanie negatywnych emocji, jako sygnałów do dokonywania konstruktywnych zmian.
 - Ocena własnej efektywności oddziaływania na innych ludzi - świadomość własnych możliwości i ograniczeń, w tym mocnych i słabych stron.
- ➔ Celem modułu jest pokazanie uczestnikom, jak ważny jest ciągły rozwój własnych kompetencji i praca nad sobą.

3. Psychologia osiągnięć, czyli rola naszej automotywacji w dokonywaniu zmian. Zmiana własnego nastawienia na innych i postaw.

Cele zawodowe – jak wyznaczać i jak osiągać założone cele, prowadzące do oczekiwanego wyniku.

- Opór przed dokonywaniem zmiany w swoim zachowaniu - dlaczego wolimy to co znane i sprawdzone, choć nie zawsze skuteczne
 - **Zmiana nastawienia kluczem do zwiększenia efektywności i skuteczności działań.**
 - Zmiany zaczynamy od siebie - podejmowanie wyzwań i inicjatywy w działaniu
 - **Wyznaczanie i realizacja celów**
 - Entuzjazm i zaangażowanie „SIĘGAJ DALEJ”
 - Siła wizji i wielkość celów
 - Decyzje i wyznaczanie sobie celów
 - Parametry poprawnie wyznaczonych celów
 - Poprawnie sformułowany cel . Dlaczego nasze postanowienia noworoczne często bywają skazane na porażkę na samym początku ?
 - Wizualizacja celu i myślenie ukierunkowane na cel.
 - Analiza i parametry poprawnie wyznaczonych celów. Wyznaczanie priorytetów – czy można robić wszystko? Koncentracja na sprawach najważniejszych dla firmy i pracowników.
-
- ➔ Celem modułu jest pokazanie uczestnikom, że to oni mają 100% wpływ na podejmowane przez siebie decyzje, że warto wprowadzać **zmiany w swojej postawie i** motywować siebie do rozwoju, że praca nad swoim nastawieniem ułatwia funkcjonowanie
 - ➔ Pokażemy jak przełamywać swój wewnętrzny opór przed zmianą i jak radzić sobie z własnymi ograniczeniami w postawie
 - ➔ Celem tego modułu jest nabycie umiejętności poprawnego wyznaczanie celów i ich realizacji. Uczestnicy poznają metody precyzyjnego określania swych celów. Nauczą się konsekwencji i zmiany nawyków swych działań.
 - ➔ Uczestnicy nauczą się wyznaczać sobie cele długo i krótko terminowe – zostanie przeprowadzone ćwiczenie praktyczne dot. celów.

Zmiana nastawienia, przekonań i otwartość na zmianę. Własna motywacja do podjęcia działań

ETAPY PROFESJONALNEJ OBSŁUGI KLIENTA

1. Pierwszy kontakt z klientem

- Umawianie wizyt
- Sposoby rozpoczęcia rozmowy
- Przywitanie się i prezentacja firmy
- Budowanie pozytywnej atmosfery w relacji z klientem podczas rozmowy

Wypracowanie wzorca przedstawienia siebie oraz firmy

2. Komunikacja w obsłudze klienta.

Moduł poświęcony jest etapowi procesu sprzedażowego bez którego dalsze kroki są jak strzelanie do tarczy z zawiązanymi oczami. Odpowiednie pytania a następnie słuchanie tego co mówi nam klient służą przygotowaniu rozwiązania w taki sposób, by już na wstępnym etapie było ono jak najbardziej spójne z potrzebami i oczekiwaniami klienta.

Zasada „góry lodowej” w analizie potrzeb – metoda nurkowania

Rozpoznawanie ukrytych potrzeb klienta - identyfikacja typu, dążeń i sytuacji klienta.

Nie komplikujmy tego co sprawdzone – technika KISS

Rozpoznawanie priorytetów i celów klienta

Weryfikacja klienta – czy to jest klient dla mojej firmy?

„SZTUKA ZADAWANIA PYTAŃ” – od ogółu do szczegółu. Technika lejka – zadawanie pytań, zmierzających do celu, czyli uzyskania oczekiwanej odpowiedzi.

Funkcje pytań – informacyjna, psychologiczna, kontroli nad procesem.

Rodzaje pytań i umiejętność ich zadawania i wykorzystania podczas rozmowy:

- pytania zamknięte
- pytania otwarte
- pytania alternatywne
- pytania hipotetyczne
- pytania sugerujące

Jakich pytań nie wolno stosować podczas rozmowy z Klientem

„SPIRALA AKTYWNEGO SŁUCHANIA” – od zorientowania na rozmówcę do intencji rozmówcy -ćwiczenia w zakresie technik aktywnego słuchania.

- Cechy dobrego słuchacza
- Cztery kroki aktywnego słuchania :

1. Słuchanie aktywne :

- parafrazowanie
- precyzowanie
- informacja zwrotna
- odzwierciedlanie emocji

2. Słuchanie empatyczne – słuchanie z odpowiednim nastawieniem

3. Słuchanie otwarte – pozbawione oceny i szukania winy

4. Słuchanie świadome – porównywanie tego co słyszymy z wiedzą, ale bez osądu.

Obserwowanie i wsłuchiwanie się w spójność wypowiedzi.

- Bariery utrudniające aktywne słuchanie.
- Korzyści z aktywnego słuchania

Wypracowanie standardowych pytań, które możemy zadać klientowi by zbadać jego potrzeby oraz wzbudzić w nim poczucie zainteresowania

Techniki pozwalające zadbać o relację i poczucie partnerstwa podczas rozmowy przez klienta

3. Sposoby radzenia sobie z zastrzeżeniami i obiekcjami klientów.

- ✓ Reagowanie na emocje.
- ✓ Model reagowania na emocje niezadowolonego i agresywnego klienta.
- ✓ Rozwijanie umiejętności radzenia sobie z krytyką klientów.
- ✓ Stawianie granic „trudnemu” klientowi.
- ✓ Praca na konkretnych obiekcjach zgłaszanych przez uczestników
- ✓ Niestandardowe zwroty na obiekcje

Wypracowanie przykładowych odpowiedzi na najczęstsze obiekcje, zarzuty klienta

4. Techniki przekonywania i argumentowanie swoich racji podczas rozmowy z klientem.

Jak klientowi „otworzyć” głowę na współpracę

Zbijanie obiekcji i radzenie sobie w sytuacjach trudnych.

- koło konfliktu (konflikt: struktury, interesów, danych, relacji, wartości)
- sytuacje powodujące konflikt – burza mózgów, moderowana przez trenera
- komunikacja w sytuacjach trudnych - argumentowanie swoich racji
- style rozwiązywania konfliktów (unikanie, kompromis, współpraca) –
kwestionariusz dla uczestników
- asertywne odmawianie i szukanie rozwiązań

Techniki radzenia sobie w trudnych sytuacjach

- Dopasowanie i prowadzenie
- Reframing (spojrzenie na sytuacje z perspektywy życia, doświadczenia, refleksja)
- Konfrontacja (wiedzy, doświadczenia, zrozumienia tych samych pojęć)
- Język korzyści, język straty
- Prowokacja
- Zamień „ale” na „i”

Technika Zwrotów Niestandardowych (autorska trenera)

Techniki przekonywania i argumentacji : metoda 4 kroków (FBI), Metoda Innej perspektywy, Mój przyjaciel..

- ➔ Celem modułu jest nabycie umiejętności radzenia sobie w sytuacjach trudnych. Uczestnicy poznają przyczyny występowania takich sytuacji oraz sposoby ich rozwiązywania.
- ➔ Celem tego modułu jest przećwiczenie w scenkach używanie argumentów uzasadniających ofertę handlową oraz odpowiadających na zastrzeżenia klientów. Uczestnicy spraktykują różne strategie zwiększania zakupów przez klienta.
- ➔ **W trakcie tego modułu zostanie przeprowadzone ćwiczenie/gra na argumentowanie swoich racji. Gra pobudzająca zaangażowanie emocjonalne uczestników, pokazująca jak ważne są dla każdego ukryte potrzeby i motywatory. Jakich tematów unikać podczas dyskusji z klientem.**

W module poszerzymy kompetencje: techniki sprzedaży, wykraczamy ponad oczekiwania naszych klientów, profesjonalizm sprzedażowy, orientacja na wynik, cele sprzedażowe

Szukaj rozwiązań zamiast problemów. Techniki argumentowania i przekonywania (narzędzia)

5. Celebracja sprzedaży. Narzędzia zwiększające skuteczność zamykania sprzedaży podczas rozmów handlowych.

- Co jeśli klient kupił i co jeśli klient nie dokonał zakupu?
 - Sygnały jakie daje klient świadczące o chęci zakupu.
 - Podstawowe techniki zamykania sprzedaży- bezpośrednia, założenie, wybór, mniejsza zgoda, wyważenie, tak-tak, dlaczego nie?; dodatkowe techniki.
 - Techniki zamknięcia sprzedaży w sytuacjach trudnych, jak i kiedy „dociskać”?
 - Gdy klient krytykuje
 - Gdy klient nic nie mówi o swojej decyzji
 - Gdy klient powołuje na konkurencję
 - Gdy klient odkłada decyzje w czasie
 - Po decyzji klienta
 - Gdy decyzja jest pozytywna...
 - Gdy decyzja jest negatywna...
- ➔ Celem tego modułu jest by uczestnicy poznali kluczowe elementy procesu zamykania sprzedaży, wraz z korzyściami oraz pułapkami z nimi związanymi. Poznają skuteczne techniki zamykające sprzedaż oraz będą je ćwiczyć w rozmowach sprzedażowych.
- ➔ Uczestnicy nauczą się stosować różne techniki zamykania sprzedaży w zależności od sytuacji i różnorodności klientów, z jakimi się spotykają.

W module poszerzymy kompetencje: techniki zamykania sprzedaży, profesjonalizm sprzedażowy, orientacja na wynik, cele sprzedażowe.

6. Metaprogramy, jako źródło pełnego zrozumienia klienta i możliwości dopasowania stylu rozmowy biznesowej do jego oczekiwań.

- ✓ Kim są moi klienci, współpracownicy ..? czyli typy osobowości.
- ✓ Jak komunikować się z poszczególnym typem osoby?
- ✓ Jak dopasować motywację do osobowości (**narzędzie sprzedażowe**)
- ✓ Jak zadawać pytania, jakich używać argumentów i jak wywierać wpływ by podjęli decyzje.
- ✓ Testy na typy osobowości, oraz obrazowy miniwykład nt. danych typów

Ćwiczenia do modułu : Test na typ osobowości, ćw. Co za typ, **Ściągawka - jak komunikować się z poszczególnym typem rozmówcy**

7. Sposoby radzenia sobie z sytuacjami stresowymi w sprzedaży.

- EMOCJE a kontakt z klientami - czyli jak przekształcić trudne sytuacje w pozytywne relacje na przyszłość.
- Jak wychodzić z „dołka sprzedażowego”
- Technika Łapania negatywnych myśli

**8. Podsumowanie tematów, narzędzi, technik poznanych podczas szkolenia.
Zamknięcie szkolenia.**

Wypracowanie „ZASADY SKUTECZNEJ OBSŁUGI KLIENTA ”;

MODUŁ II (2 dni)

SKUTECZNE TECHNIKI SPRZEDAŻY - NEGOCJACJE, OBRONA CENY

CEL SZKOLENIA

Podczas szkolenia odpowiemy na podstawowe pytanie – **jak negocjować by zamknąć uzyskać jak najwięcej i zachować dobre relacje z Klientem**

- jak wpływać na równowagę sił, mimo że mamy słabszą pozycję negocjacyjną?
- dlaczego warto prosić o więcej, niż chce się uzyskać?
- w jaki sposób żądać dużo i nie zrazić do siebie drugiej strony?
- co wpływa na dobrą atmosferę w trakcie negocjacji?
- jak zapewnić satysfakcjonujące rozwiązania dla obydwu stron negocjacji?
- w jaki sposób szybko zredukować stres podczas negocjacji?

Korzyści z uczestnictwa w szkoleniu

Po ukończeniu szkolenia uczestnicy będą potrafili:

- przygotować się i prowadzić negocjacje zgodnie z zaplanowanym scenariuszem,
- dokonywać analizy zachowań własnych i Partnerów, tak by skutecznie wpływać na przebieg prowadzonej rozmowy,
- wykorzystywać poznane techniki pokonywania oporu w kontakcie z drugą stroną,
- radzić sobie z odmową i obiekcjami
- negocjować korzyściami ze współpracy a nie ceną
- motywować kontrahentów do podejmowania sprzyjających decyzji,
- wykorzystywać swoje mocne strony i formułować przekonujące argumenty,
- prowadzić negocjacje w sytuacjach konfliktowych i pod presją.

PROGRAM

9. Własny styl negocjacyjny oraz rozpoznawanie partnera biznesowego.

- Strategie i taktyki negocjacyjne: negocjacje konfrontacyjne i negocjacje integrujące. Wybór strategii negocjacyjnej.
- Planowanie procesu negocjacji nastawionych na długofalową współpracę z partnerem.
- Przygotowanie do negocjacji – schemat postępowania.
- Wyznaczanie celów negocjacji. Rozpoznawanie celów negocjacji drugiej strony.
- Pojęcie BATNA – jakie są najlepsze alternatywy dla negocjowanego porozumienia?
- Rola i znaczenie ustępstw

10. Rola psychologii w negocjacjach.

- Techniki perswazji w negocjacjach.
- Obrona przed "agresją" i manipulacją w procesie negocjacji.
- Technika blefu – jak rozpoznać
- Perswazyjna komunikacja lingwistyczna – słowo w negocjacjach
- Ważne słowa i zwroty oraz te, których należy nie używać negocjując.
- Programowanie za pomocą pozytywnych słów.
- Forma i struktura języka i jej znaczenie w skutecznym oddziaływaniu na rozmówcę.
- Rekomendacja za pomocą „języka liczb i cyfr”
- Właściwa i przekonująca prezentacja swoich warunków.

➔ Celem powyższych modułów jest nabycie umiejętności negocjacyjnych w rozmowie z Klientem. Uczestnicy poznają mechanizm procesu negocjacyjnego od momentu przygotowania do finalizacji kontraktu.

11. **Wywieranie wpływu i manipulacje ze strony klientów** - rozpoznawanie i przeciwdziałanie. Elementy języka perswazji

- ✓ Istota manipulacji i perswazji.
- ✓ Model przetwarzania informacji i elementy filtrujące informację.
- ✓ Technika „dostrajania” i „prowadzenia”. Moc i magia słowa.
- ✓ Techniki wywierania wpływu - reguły i techniki wywierania wpływu. Prezentacja reguł i technik perswazji z zastosowaniem omówionych reguł perswazji (implikacje, przeramowanie, ukryte pytania) Inne techniki - słowa klucze, utrwalone wzorce

reakcji, metoda dawania wyboru, znaczenie autorytetu pozycji, siły i wpływu autorytetu, metoda kontrastu, reguła wzajemności przysług, metoda zaangażowania i konsekwencji, społecznego dowodu słuszności (pokazywanie pozytywnych technik wywierania wpływu, wyników badań itp.),

12. **Praktyczne wykorzystanie coachingu i „feedbacku” motywującego Klientów do współpracy wspólnie z firmą podczas negocjacji i rozmów handlowych**

- Świadomość wspólnych korzyści i wzajemnej współpracy
 - Wspólne wyznaczanie celów, planów na przyszłość:
 - Zasada FUKO, „GROW” - jej praktyczne zastosowanie w rozmowach z dealerem/klientami i jego pracownikami w celu efektywności pracy własnej.
 - Typowe błędy popełniane w trakcie rozmowy i sposoby ich eliminacji.
 - Coaching w procesie budowania relacji z klientem podczas omawianie współpracy i wykonanych obowiązków- podstawowe zasady i elementy pracy handlowca w relacji z klientem i jego rozwoju.
- ➔ W tym module zostaną zastosowane ćwiczenia ułatwiające prowadzenie rozmów przy wykorzystaniu narzędzi coachingowych z klientami , ćwiczenie ułatwiające przekazywanie pozytywnych i negatywnych informacji zwrotnych

- Zostanie zastosowana coachingowa gra planszowa, systematyzująca omawiane zagadnienia.

W module poszerzymy kompetencje: coaching, wyznaczanie celów i rozwój klientów i ich pracowników.

13. Motywacja klienta do zakupu i argumentowanie swoich racji podczas rozmowy z klientem. Orientacja na wynik.

- Czynniki motywujące Klienta do zakupu....**czy tylko cena i zysk?**
- **Techniki przedstawiania i obrony CENY**
- Prezentacja produktu /oferty – główne zasady, jakich należy przestrzegać.
- Technika podawania informacji o produkcie.
- Reguła kontrastu.
- Podstawowe elementy podczas prezentacji, język korzyści (cecha , zaleta, korzyść).
- Wyróżnij się i daj coś extra
- Budowanie marki.
- Motywowanie do współpracy i większych osiągnięć.
- Wyznaczanie wspólnych celów z Klientem i ich realizacja.
- Zwiększanie identyfikacji Klienta z firmą.
- Strategie zwiększania zakupów przez klienta: Cross selling, Up selling.

- Celem tego modułu jest przećwiczenie w scenkach używanie argumentów uzasadniających ofertę handlową oraz odpowiadających na zastrzeżenia klientów. Uczestnicy spraktykują różne strategie zwiększania zakupów przez klienta.

→ W czasie tego modułu zostanie przeprowadzone ćwiczenie na argumentowanie swoich racji. Gra pobudzająca zaangażowanie emocjonalne uczestników, pokazująca jak ważne są dla każdego ukryte potrzeby i motywatory. Jakich tematów unikać podczas dyskusji z klientem.

14. Budowanie pozytywnej atmosfery i relacji z klientem po zakończonych negocjacjach.

- Znaczenie podsumowania i zakończenia rozmów negocjacyjnych.
- Rola dobrego zakończenia negocjacji niezależnie od ich wyniku.
- Budowanie trwałych relacji i " mostów w przyszłość".
- Metody ewaluacji negocjacji i kontrola realizacji założonych wcześniej celów.

W trakcie modułu zostanie przeprowadzone gra strategiczna :

„Archipelag” to gra symulacyjna, która wprowadzi uczestników w świat dyplomacji i pertraktacji pomiędzy trzema państwami. Złożona konfiguracja strategii negocjacyjnych , możliwych konfliktów i paktów reprezentantów rządów czyni rozgrywkę niepowtarzalną i wciągającą.

CELE GRY

Uświadomienie istnienia różnych typów konfliktów podczas negocjacji i doświadczenie ich specyfiki.

Przetestowanie różnych metod radzenia sobie z konfliktem i weryfikacja ich skuteczności w zależności od typu źródła konfliktu.

15. Ćwiczenia praktyczne z wykorzystaniem zebranych od uczestników konkretnych sytuacji z zakresu negocjacji z klientem.

- Renegocjacje
- Zmiana postaw
- Negocjacje twarde
- Negocjacje miękkie
- Rozmowa telefoniczna
- Zamykanie negocjacji
- Praca z oporem w negocjacjach
- Czynienie ustępstw w negocjacjach.

16. Zakończenie i podsumowanie warsztatów. Deklaracja wdrożeń i zastosowania poznanych technik i zachowań

17. Podsumowanie tematów, narzędzi, technik poznanych podczas szkolenia.
Zamknięcie szkolenia.

→ Wypracowanie wniosków „ZASADY SPRZEDAŻY I NEGOCJACJI”;

MODUŁ III

Skuteczna Prezentacja Produktu. Techniki autoprezentacji

CELE modułu z autoprezentacji:

- rozwijanie umiejętności publicznego prezentowania pomysłów i przekonań,
- opanowanie umiejętności minimalizowania tremy,

- nabycie umiejętności efektywnego prezentowania produktu, przekazywania koncepcji i projektów różnym grupom odbiorców,
- umiejętność przygotowania i przeprowadzenia prezentacji tak, aby osiągnąć zamierzony cel,
- utrzymanie zainteresowania słuchaczy i zapobieganie ich znużeniu,
- radzenie sobie z obiekcjami słuchaczy, odpowiadanie na pytania, wyjaśnianie wątpliwości,
- wywieranie na słuchaczach wrażenia doskonałej znajomości tematu i pewności siebie.

KORZYŚCI I EFEKTY

- opanowanie technik autoprezentacyjnych,
- ulepszenie zdolności kreowania wizerunku osobistego,
- przyswojenie zasad wystąpień publicznych,
- opanowanie technik wywierania wpływu na decyzje klienta
- umiejętność skutecznego przekonywania i stosowania perswazji,
- efektywne radzenie sobie ze stresem w sytuacjach ekspozycji publicznej,
- adekwatne przygotowywanie prezentacji i jej konstrukcja,
- wzbudzanie zainteresowania i podtrzymywanie motywacji audytorium.

PROGRAM autorski na podstawie książki „Sięgaj dalej Scenariusze szkoleń biznesowych”

1. Czym jest ta cała autoprezentacja?

- Treść, treścią ważna jednak forma
- Funkcje autoprezentacji, czyli po co to robimy
- Skuteczne taktyki autoprezentacji
- Pierwsze wrażenie , czyli jak zrobić na innych efekt uau!

2. Mowa ciała. Wystąpienia publiczne

- Jak rozpocząć wystąpienie „Wbij się w pamięć”
- Spójność gestów
- Sygnały niewerbalne – świadomość oddziaływania
- Bazowe elementy wystąpienia
- Kontakt wzrokowy
- Proksemika czyli przestrzeń
- Ton głosu
- Budowanie pewności siebie „Kim się czujesz, tym się stajesz”

3. Prezentacja i jej struktura

- Zasady udanej prezentacji
- Struktura prezentacji
- Nawiązywanie kontaktu ze słuchaczami
- Umiejętność argumentowania i przekonywania
- Pomoce wizualne
- Praca z głosem
- Stres i trema – jak sobie radzić

4. Koniec , czyli jak zakończyć z przytupem

- Metody kończenia wystąpień
- Moc metafory – jak stworzyć dobrą metaforę
- Storytelling w sprzedaży
- Perswazyjne wykorzystanie metafory
- Bajki, anegdoty i historyjki
- I koniec szkolenia, czyli „Zakwasy po wystąpieniu”

Ćwiczenia do modułu : Czy te oczy mogą kłamać?; Błef; Spójność gestów;
Praktyczne zastosowanie gestów w sprzedaży; Przekonaj do.....; Prawdziwa historia
Czerwonego Kapturka

Gra strategiczna Wybory. Wybory to prosta i angażująca gra dedykowana
tematyce autoprezentacji i prowadzenia prezentacji. Pozwala uczestnikom określić
błędy popełniane podczas wystąpień publicznych oraz takie ich elementy, które
zdobywają serca słuchaczy.

- „Wybory” to gra, która pozwala wygenerować wiele wniosków merytorycznych, jednocześnie zostawiając miejsce na kreatywność uczestników i improwizację.
- Cele gry:
- Rozwój umiejętności dotyczących autoprezentacji, prowadzenia prezentacji oraz wystąpień publicznych.
- Określenie błędów popełnianych podczas wystąpień publicznych i prezentacji.
- Wyłonienie dobrych praktyk w wyżej wymienionych obszarach.

Warsztat ten będzie pomocny zarówno dla tych , którzy występują publicznie, robią prezentacje, prowadzą spotkania ze swoimi pracownikami, bądź klientami, sprzedają siebie na wizytach handlowych oraz dla tych którzy chcą zrobić dobre wrażenie na spotkaniach wśród znajomych, rodzinnych ☺

Metody pracy stosowane podczas Akademii:

- dyskusja, refleksje
- ćwiczenia grupowe i indywidualne,
- film (opcjonalnie po zakończonym dniu szkoleniowym),
- burza mózgów,
- gry strategiczne
- gra planszowa,
- wymiana doświadczeń,
- feedback,
- obserwacja,

- mini wykład interaktywny,
- role playing,
- energizery
- zasady wdrożeń