

## HARMONOGRAM SZKOLENIA

pt." Psychologia Sprzedaży - wersja rozszerzona "

### ETAP 1


#### Wstęp do sprzedaży :

- omówienie dotychczas poznanych technik oraz porównanie ich skuteczności
- słów kilka o manipulacji sprzedażowej
- autoprezentacja, czyli jak wzbudzić zaufanie Klienta
- dress code – jak nasz ubiór wpływa na Klienta i jego decyzje zakupowe ?
- budowanie pierwszego wrażenia – co jest konieczne a czego unikać ?
- sposoby na odczytywanie zachowań klientów
- jaki wpływ na sprzedaż ma przekaz niewerbalny ?
- co zrobić gdy klient przyjmuje postawę zamkniętą i przestaje słuchać ?
- jak utrzymywać pełne zaangażowanie Klienta podczas rozmowy ?
- zamknięta postawa Klienta nie oznacza braku sprzedaży ! – jak sprawić, by Klient wrócił do postawy otwartej i zaczął angażować się w rozmowę ?
- dykcja – jaki wpływ na rozmowę i decyzje zakupowe ma dykcja – narzędzia do treningu dykcji

### ETAP 2

#### Sprzedaż i obsługa klienta :

- jak omijać barierę sekretariatu ?
- nawiązywanie pierwszego kontaktu telefonicznego decyduje o przebiegu spotkania i ewentualnej sprzedaży ! Na co uważać i czego unikać ?
- kilka sposobów na przywiązanie klienta do firmy poprzez jakość obsługi
- płęć umysłu – dlaczego sprzedaż kobiecie powinna różnić się od sprzedaży mężczyźnie ?
- jak mówić i pisać by być słuchanym i „czytanym” – skuteczne pisanie maili
- prezentacja oferty – czego nie powinno się robić, a co jest konieczne ?
- sposoby konkutowania z firmami posiadającymi niższe ceny - czyli jak sprzedać nie obniżając swoich cen
- umiejętnie słuchanie i wyciąganie wniosków – jak sprawiać by Klient podawał nam „na tacy” informacje nt. tego jak mu sprzedać ?

- 
- emocjonalny przekaz i prezentacja oferty – czyli kiedy warto opierać się na emocjach i uczuciach a kiedy na suchych faktach i argumentach ?
  - jak „obiektywnie” przedstawić wady produktu
  - rozmowa o konkurencji – jak mówić o konkurencji by umniejszać jej wartość jednocześnie nie mówiąc o nich źle ?
  - UPSELLING – obrona ceny - czyli sprzedaż w możliwie najwyższej cenie – jak sprawić, by Klient wybierał droższe produkty ?
  - Jakich technik użyć, by dowiedzieć się o budżet Klienta gdy ten nie chce go zdradzić ?
  - torowanie myśli klienta - w jaki sposób wywoływać pożądane myśli i czego unikać?
  - stosowanie pytań pozornie otwartych oraz pytań zamkniętych - kiedy nam to zaszkodzi i jak może pomóc ?
  - budowanie mapy myśli klienta

### **ETAP 3**

#### **Zakończenie sprzedaży :**

- wstęp do negocjacji – jak sprzedawać obniżając swoją cenę tylko w ostateczności ? Omówienie technik stosowanych przez kupujących.
- zbijanie obiekcji klienta
- cross selling – czyli sprzedaż dodatkowa wiązana (komplementarna).
- co zrobić gdy Klient na koniec sprzedaży oznajmia nam, że „cena jest za wysoka”, „musi omówić to z szefem” etc.
- domykanie sprzedaży i finalizacja zamówienia

### **ETAP 4**

Praktyczne zastosowanie nabytych umiejętności – Warsztaty

Zachęcamy do kontaktu telefonicznego oraz mailowego. Chętnie odpowiemy na dodatkowe pytania

tel: **+48 53 123456 3**

email: [biuro@SkutecznySprzedawca.pl](mailto:biuro@SkutecznySprzedawca.pl)

[www.SkutecznySprzedawca.pl](http://www.SkutecznySprzedawca.pl)