

Konspekt szkolenia:

Sparing kompetencyjny:

Psychologia sprzedaży *w praktyce*

Jak w działaniach handlowych kreować skuteczne relacje b2b & b2c?



**Jednodniowy warsztat szkoleniowy dla wszystkich,
którzy chcą znacznie poprawić swoją sprzedażową skuteczność**

Motto szkolenia:

Sukces jest wynikiem właściwych decyzji

(Eurypides)

Idea szkolenia

Współczesny biznes stawia ogromne oczekiwania wobec handlowców, którym nie sposób sprostać bez dogłębnej, praktycznej wiedzy z zakresu psychologii sprzedaży. Oferowany warsztat szkoleniowy zrealizowany w nowatorskiej, niezwykle skutecznej formule sparingu kompetencyjnego umożliwi jego uczestnikom dogłębne zrozumienie i praktyczne opanowanie kluczowych technik, strategii, postaw i zachowań, zapewniających sukces w kreowaniu handlowych relacji b2b & b2c.

Sparing kompetencyjny, jako forma szkoleniowa - charakteryzuje się zdobyciem w jego trakcie realnego doświadczenia w zakresie wiedzy i kompetencji. Jej innowacyjny charakter gwarantuje sprawne opanowanie prezentowanych rozwiązań, tak, aby można je było „od zaraz” stosować w zawodowym życiu. Sparing kompetencyjny to w praktyce ogromna ilość ćwiczeń, symulacji, case study – a wszystko na bieżąco konsultowane z prowadzącym zajęcia praktykiem – ekspertem. Finałem spotkania jest gra symulacyjno-szkoleniowa, w trakcie której będzie można sprawdzić stopień opanowania zdobytej wiedzy, przekonać się o skuteczności zaprezentowanych podczas szkolenia strategii, taktyk i mechanizmów służących kreowaniu dobrych relacji biznesowych. Szkolenie w najwyższym stopniu zorientowane będzie na praktyczne doskonalenie umiejętności, w trakcie zajęć, uczestnicy otrzymają wiele praktycznych wskazówek, rad, a przede wszystkim sprawdzonych i skutecznych narzędzi pomocnych w efektywnym prowadzeniu działań handlowych. Spotkaniu przyświeca zasada > *minimum nudnej teorii – maksimum przydatnej praktyki!*

Głównym zadaniem oferowanego sparingu kompetencyjnego będzie > praktyczna nauka psychologii sprzedaży tak, aby w maksymalnym stopniu odnieść sukces handlowy, na coraz bardziej wymagającym rynku Klientów i wśród drapieżnej konkurencji. Biorąc udział w szkoleniu, jego uczestnicy znacznie zwiększą swoje kompetencje w zakresie:

- rozpoznawania motywacji zakupowej Klienta – definiowania jej i wpływania na nią w taki sposób, aby dobrze sprzedawać,
- stosowania języka korzyści i perswazji handlowej – opanują argumentację sprzedażową w stopniu umożliwiającym efektywną pracę przynoszącą konkretne wyniki,
- strategii partnerskiej sprzedaży wzmacniającej długofalowe relacje, budowania trwałych więzi z Klientem – dzięki czemu będą potrafili kreaować „od zaraz”, w swojej codziennej pracy dobre kontakty handlowe
- przełamania barier w pierwszym kontakcie z Klientem – nauczą się jak radzić sobie z obiekcjami, zastrzeżeniami, obawami, wątpliwościami oraz uwagami Klientów,
- rozpoznawania i rozumienia osobowości Klienta – dzięki czemu będą potrafili skutecznie stosować argumentację handlową dostosowaną do stylu komunikacji i psycho-społecznego Klienta,
- radzenia sobie z siłą negocjacyjną Klienta – nauczą się bronić przed manipulacyjnymi taktykami Klientów, opanują sposoby socjotechnicznego wpływu na decyzyjność Klientów i sposób postrzegania przez Klienta oferty.
- Inicjowania zaufania w relacjach z Klientem, a następnie budowania wiarygodnej współpracy z nim, wykorzystującej zjawisko lojalności handlowej

Spotkanie w warstwie wykonawczej (executive) bogate będzie w psychologiczne oraz socjologiczne odwołania, przykłady oraz metody (głównie z zakresu psychologii behawioralnej) służące definiowaniu omawianych zjawisk, ich zrozumieniu i przełożeniu zdobytej wiedzy teoretycznej na praktyczny język postaw, zachowań i działania, tak – aby uczestnicy szkolenia potrafili „od zaraz” poznane rozwiązania, skutecznie wykorzystywać w swojej codziennej pracy.

Dzięki warsztatowej formule szkolenia stanie się ono wartościowe zarówno dla osób posiadających już doświadczenie handlowe, jak również dla tych, które dopiero rozpoczynają swoją zawodową przygodę lub zastanawiają się nad jej zainicjowaniem.

Zajęcia zrealizowane zostaną w formule sparingu kompetencyjnego > tak aby poprzez maksymalną liczbę ćwiczeń, symulacji, analiz, quizów, gier oraz case study - skutecznie nauczyć jego uczestników takich trwałych postaw i zachowań, które służyć będą celom szkolenia.

Co ważne – w ramach spotkania, jego uczestnicy otrzymają możliwość zrealizowania indywidualnych konsultacji z prowadzącymi zajęcia ekspertem – dzięki temu będą mogli rozwiązać swoje problemy, uzyskać wartościowe rady, wskazówki dotyczące konkretnych spraw, rozwiązać wątpliwości i obawy. Otrzymają mocne i cenne wsparcie służące ich rozwojowi kompetencyjnemu.

Program szkolenia

Szkolenie rozpocznie wykład wprowadzający w jego zagadnienia – **Co i dlaczego sprawia, że Klienci podejmują takie, a nie inne decyzje zakupowe** - dynamicznie i kreatywnie poprowadzony, tak aby wzbudzić w uczestniczkach spotkania naturalną chęć i potrzebę aktywnego udziału w warsztatach. Ta część spotkania zostanie zakończona praktyczną, zrealizowaną warsztatowo grą otwierającą sparing:

>> BUTIQ MISERY

Gra stanowić będzie podsumowanie pierwszej, ok. godzinnej części spotkania. Dzięki niej, uczestnicy szkolenia w przystępnej formule zorientują się w jaki sposób wykorzystywać zdobytą podczas wykładu wprowadzającego wiedzę - w codziennym, praktycznym działaniu. Gra spełni także rolę integracyjną, bo poprzez jej efektywną, ale i efektowną formułę – stworzy atmosferę dobrze rozumianej zabawy, tak potrzebną i niezbędną dla dalszej szkoleniowej aktywności.

Następnie uczestniczące w szkoleniu osoby wezmą udział w części stricte warsztatowej, która będzie zbiorem najlepszych przykładów oraz sprawdzonych w praktyce rozwiązań wziętych z zawodowych doświadczeń wielu osób zajmujących się sprzedażą oraz negocjacjami, czyli skutecznym kreowaniem relacji biznesowych (Clientingiem). Część praktyczna szkolenia, uwzględniając jego cele i problematykę będzie prowadzone w formule sparingu kompetencyjnego. W związku z tym została podzielona na tematyczne moduły. Każdy z nich realizowany będzie wg następującego scenariusza:

- Aktywna dyskusja nad zagadnieniem stanowiącym temat modułu
- Ćwiczenia praktyczne (quizy, symulacje, gry szkoleniowe – podnoszące efektywność sprzedażową, maksymalnie oddające realia problemów, których na co dzień doświadczają, lub które doświadczają mogą uczestnicy szkolenia)
- Case study - analiza przypadków wziętych z zawodowego doświadczenia prowadzącego zajęcia eksperta
- Fokus / analiza stanu wiedzy i umiejętności uczestników sparingu, podsumowanie, wymiana opinii, doświadczeń, spostrzeżeń, praktyczne konkluzje i wnioski do zastosowania w działaniu.

Kierujemy się bowiem zasadą:

„Powiedz mi - a zapomnę, pokaż - a może zapamiętam, zaangażuj mnie - a z całą pewnością zrozumiem”

Dlatego też, podczas wszystkich warsztatów kompetencyjnych stosujemy:

- **85 %** interaktywnych ćwiczeń, symulacji, warsztatów, gier, treningu video oraz studiów przypadków
- **15 %** mini-prezentacji, które służą omówieniu zagadnień ćwiczonych w aktywnych formach szkolenia

Pracujemy w uznanej światowej metodologii **ACTION LEARNING®**, co sprawia, że proponowane przez nas rozwiązanie, to nie nudne wykłady, ale praktyczne umiejętności rozwijane w atrakcyjny sposób poprzez angażujące uczestników szkolenia - symulacje, case study, gry i ćwiczenia.

Program zajęć zapewnia przepracowanie nowych umiejętności na „szkoleniowym poligonie” co ma swoją kapitalną wartość i sprawia, że skutecznie rozwijamy umiejętności i kompetencje związane z tematyką spotkania. Co ważne, szczególną wagę przykładamy do przeniesienia sytuacji treningowych z sali szkoleniowej do pracy zawodowej - bez wątplenia – takie rozwiązanie wydatnie podnosi efektywność spotkania.

Baza Dobrych praktyk

Na finale szkolenia, w trakcie podsumowania - opracowana zostanie tzw. Baza Dobrych Praktyk > katalog gotowych rozwiązań, podpowiedzi i reguł. Wiedzę tę, uczestnicy szkolenia będą mogli „od zaraz” wykorzystywać w swojej codziennej pracy, zaś sam katalog traktować jako – w pewnym sensie - „zawodową ściągę”. Każdy z uczestników szkolenia otrzyma taką Bazę Dobrych Praktyk – tak, aby korzystając z niej, mógł się rozwijać i lepiej zarządzać własnym potencjałem zawodowym w zakresie skutecznej sprzedaży.

Plan szkolenia

- Godz. 10.00 - 10.30 - Powitanie, wprowadzenie w tematykę szkolenia, jego plan, cele i program – zapoznanie się uczestniczek > krótka gra szkoleniowa spełniająca rolę integratora.
- Godz. 10.30 - 11.30 > wykład wprowadzający w temat szkolenia - **Co i dlaczego sprawia, że Klienci podejmują takie, a nie inne decyzje zakupowe**, a na jego finale gra symulacyjna: **BUTIQ MISERY**
 - ❖ 11.30-11.45 > krótka przerwa kawowa + rozmowy | konsultacje w tzw. kularach
- 11.45 – 13.45 - **Pierwsza część warsztatowa** - realizacja 2 modułów tematycznych:
 - MODUŁ **A** > Kim jest współczesny Klient? Czego oczekuje, co go motywuje i w jaki sposób wpływa to, na jego decyzje?

W trakcie tego modułu uczestnicy nauczą się m.in. stosować w praktyce metodę skutecznego definiowania potrzeb i oczekiwań Klientów zwaną Metadeterminantami Decyzyjnymi. Dzięki temu będą potrafili w swoim zawodowym, handlowym działaniu kreować wartościowe relacje b2b & b2c.

*W trakcie tego modułu zrealizowana zostanie gra szkoleniowa > **Paramont Pictures** – w praktyczny sposób ucząca działań, postaw i zachowań związanych z inicjowaniem i kreowaniem efektywnych kontaktów handlowych.*

- MODUŁ **B** > Skuteczna komunikacja, prezentacja i perswazja handlowa z elementami socjologii wpływu społecznego (Clienting)

W trakcie tego modułu zostanie zaprezentowana najskuteczniejsza strategia perswazji handlowej (wg Światowej Organizacji Handlu WTO) – Hiperbola Sprzedaży. Dzięki jej opanowaniu, uczestnicy szkolenia będą potrafili efektywnie argumentować i prezentować swoją ofertę oraz prowadzić dobre, mocne w wartościowe efekty negocjacje handlowe.

*W trakcie tego modułu zrealizowana zostanie gra szkoleniowa (warsztatowe ćwiczenie symulacyjne) > **DZIŚ SĄ MOJE URODZINY** – w praktyczny sposób ucząca działań, postaw i zachowań związanych ze skuteczną komunikacją, perswazją i kreowaniem relacji.*

❖ ok. 13.45-14.30 > Przerwa obiadowa

- 14.30 – 17.30 - **Druga część warsztatowa** - realizacja 2 modułów tematycznych:
 - MODUŁ **C** > Trudny Klient – Dobra Sprzedaż – czyli jak dobrze rozwiązywać problemy związane z wymaganiami, oczekiwaniami, obawami oraz obiekcjami Klienta, zamieniając trudnego Klienta w wartościowego partnera w biznesie.

*W trakcie tego modułu zrealizowana zostanie gra szkoleniowa (warsztatowe ćwiczenie symulacyjne) > **OPENDOOR** – w praktyczny sposób ucząca działań, postaw i zachowań związanych z obiekcjami zakupowymi/handlowymi oraz skuteczną obroną przed wszelkimi formami manipulacji ze strony kontrahentów i Klientów.*

❖ 15.45-16.00 > krótka przerwa kawowa + rozmowy | konsultacje w tzw. kularach

- MODUŁ **D** > Zaufanie, Wiarygodność, Lojalność – 3 filary skutecznej sprzedaży. Jak inicjować zaufanie, kreować wiarygodność i zarządzać lojalnością w relacjach z Klientem (strategie, taktyki, sprawdzone metody działania)

*W trakcie tego modułu zrealizowana zostanie gra szkoleniowa (warsztatowe ćwiczenie symulacyjne) > **WYSPA** – w praktyczny sposób ucząca działań, postaw i zachowań związanych ze skuteczną sprzedażą oferowanych usług/produktów bazującą na trwałych fundamentach gwarantowanych zaufaniem, wiarygodnością i lojalnością ze strony Klienta.*

- 17.30 – 18.30 - Podsumowanie szkolenia

Opracowanie Bazy Dobrych Praktyk - wnioski, konkluzje, wymiana opinii, certyfikacja

Założenia ramowe szkolenia:

- ✓ Szkolenie ok. 8 godzinne
- ✓ Grupa maksymalnie 15 osób tak, by miało sprzyjający efektywnej nauce kameralny klimat.
- ✓ Szkolenie prowadzone przez eksperta – specjalistę w obszarach kompetencyjnych związanych z jego tematyką i problematyką.
- ✓ Uczestnicy zajęć otrzymują materiały szkoleniowe / w wersji klasycznej (papierowej) oraz elektronicznej, plus dostęp do Bazy Wiedzy oraz specjalnie stworzonego na potrzeby procesu szkolenia - bloga szkoleniowego
- ✓ Każdy uczestnik spotkania otrzyma 5 interesujących, praktycznych – przydatnych w codziennej pracy książek (ebooków) tematycznie związanych z problematyką szkolenia.
- ✓ Uczestnicy szkolenia otrzymają, w ramach sparingu, tuż po jego zakończeniu – możliwość zrealizowania indywidualnych sesji konsultacyjnych z prowadzącym zajęcia ekspertem

