



## **Дистанционный курс: «Технология консультативных продаж»**

«Технология консультативных продаж» пришла в Россию 15 лет назад и по-прежнему является одной из самых результативных и востребованных программ. Компания Wilson Learning с программой «Технология консультативных продаж» входит в Топ-20 компаний по обучению продажам в мире, на протяжении целого ряда лет 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016 гг.

**Цель курса** - рассмотреть все этапы продаж от выбора клиента до повторных продаж в условиях падающего спроса и высокой конкуренции.

Дистанционное обучение — это одна из форм обучения, реализуемая посредством использования специфических информационных (сеть Интернет) и телекоммуникационных средств обучения, предусматривающих интерактивность взаимодействия тренера и участников между собой на расстоянии, без потери качества обучения.

### **В процессе рассматриваются следующие темы:**

- Эффективные модели продажи. Основные характеристики эффективного продавца.
- Установление контакта. Специфические приемы, которые помогают расположить к себе клиента и создать конструктивную атмосферу для дальнейшего взаимодействия.
- Формирование/выявление потребностей. Определение ключевых лиц, принимающих решения и их потребностей. Способы выявления/формирования потребностей через вопросы. Ключевые вопросы для формирования потребности. Бизнес-мотивы и личностные глубинные мотивы: выявление и влияние.
- Представление решения. Как связать свое решение с болевыми точками клиента. Прием «Золотой мост»
- Работа с возражениями и закрытие сделки. Истинная причина возражений. Как подтолкнуть клиента к решению.



- Дальнейшее развитие отношений. Ключевые приемы для расширения продаж и повышения лояльности клиентов.

**В результате** прохождения курса участники отработают всю последовательность шагов для совершения успешной продажи на профессиональном уровне.

### Курс состоит из:

1. Вебинаров, проводимых с периодичностью один раз в две недели (продолжительностью 45-60 мин) – 6 шт. (количество вебинаров зависит от запроса клиента, и может быть увеличено)
2. Домашних заданий, которые участники выполняют на рабочем месте между вебинарами (участники получают обратную связь от тренера, по выполненным домашним заданиям).
3. По завершении курса очная сертификационная встреча (резюмирование пройденного материала, ролевая игра по кейсам заказчика, подведение итогов, вручение сертификатов).

### Вебинар 1: Формирование отношений, часть 1

1. Правила взаимодействия, программа курса
2. Баланс продажи, дилемма продавца и решения проблемы.
3. Два подхода в продажах.
4. Поведение менеджера по продажам в критической ситуации, внутренний диалог.
5. Формирование отношений с клиентом:
  - 5.1. Техники завоевания доверия клиента (надежность, эмпатия).
  - 5.2. Демонстрация надежности менеджера по продажам (намерение, соответствие, компетентность, общность).
  - 5.3. Намерение менеджера по продажам (ЦПР)



## 5.4. Проявление эмпатии (Бен Даффи, Сопереживание)

### **Вебинар 2:** Формирование отношений, часть 2

1. Обратная связь по д/з первого вебинара.
2. Индивидуализация воздействия на клиента, со стороны менеджера по продажам, в процессе установления контакта (социальные стили):
  - 2.1. Типологии личности, для чего и как использовать в работе.
  - 2.2. Шкалы и матрица социальных стилей
  - 2.3. Правило трёх «V».
  - 2.4. Определение стиля, универсальность.
3. План консультанта: формирование отношений.

### **Вебинар 3:** Исследование потребностей, часть 1

1. Обратная связь по д/з второго вебинара.
2. Задача этапа исследования
3. Исследование потребностей:
  - 3.1. Схема исследования потребностей.
  - 3.2. Имеющаяся ситуация у клиента.
  - 3.3. Желаемая ситуация для клиента.
  - 3.4. Одиннадцать категорий «продающих» вопросов.

### **Вебинар 4:** Исследование потребностей, часть 2

1. Обратная связь по д/з третьего вебинара.
2. Как слушать клиента
3. Что исследовать (практические мотивы, личные мотивы)
4. Формат согласованной оценки ситуации



5. План консультанта: исследование.

### **Вебинар 5: Убеждение**

1. Обратная связь по д/з четвертого вебинара.
2. Задача этапа убеждения.
3. Резюме согласованной оценки.
4. Убеждение (решение, преимущества, выгода).
5. Сигналы о готовности к покупке.
6. Работа с возражениями (ЛЕСРА) (по желанию заказчика этот блок может быть расширен)
7. План консультанта: убеждение.

### **Вебинар 6: Поддержка**

1. Обратная связь по д/з пятого вебинара
2. Задачи этапа поддержки.
3. Зона безразличия.
4. Что делать (укрепление решения о покупке, контроль за запуском, работа с неудовлетворенностью).
5. План консультанта.

### **Очная встреча (4- 8 часов):**

1. Резюмирование пройденного материала.
2. Ответы на вопросы.
3. Интеграция и отработка выработанных навыков, и сертификация участников (ролевая игра по кейсам заказчика).
4. Подведение итогов.
5. Вручение сертификатов.