|  |  |
| --- | --- |
| **О спикере и формате:**  **Динамичная модерация** – спикер находится в живом диалоге с участниками  **«Реалити»** - Спикер со сцены звонит в компании и клиентом с 2-мя задачами:  1. Разбор ОП заказчика/конкурента.  2. Живой звонок/WA клиенту.  **«Разборы»** - Владимир приглашает на сцену участников и делает личный разбор: от продаж до мышления, проводя общую нить сути мастер-класса.  **«Практика и внедрение»** - Задания выполняются участниками в группах и парах. Человек запоминает 90% того, что сделал сам. И 30% увиденного.  **Летающая презентация** формата Prezi  **Опыт** выступлений: 23 страны, 143 города.  **Путь**: с рядового менеджера по продажам до самого известного бизнес-тренера в направлении в РФ  **Образование**: экономическое, юридическое, управление персоналом  **Автор** 14 книг, 2 из них финалисты на ПЭФ.  **Реальный предприниматель** с 2007 года:  YaKuba|Масштабирование продаж  Tom Hunt| Кадровое агентство  Дзен Недвижимость| Новостройки в Москве,  Лидер Кидс |Детский сад 850 м2. Построен в 2015  **Признание:** четырежды признан **бизнес-тренером года** по результатам года.  **Музыка**: автор 9 мотивационных песен.  **ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ**:  Стандарт: 1 либо 2 дня (10.00 – 18.00)  Сокращенно: от 1 часа | **Программа**:  **РЕЧЕВЫЕ МОДУЛИ И СКРИПТЫ**  Техники налаживания контакта и захвата доверия. Включение инициативы. Техника правильного старта. Завершение зацепкой или ПДД-подход. Внедрение.  **ПРОВЕРКА ОТДЕЛА ПРОДАЖ В «РЕАЛИТИ»**  Реалити-звонок в отдел продаж или конкуренту компании-участника: «Анализ лучших/худших скриптов, речевых модулей, интонации, отработки возражений», «проверка работы менеджеров».  **ВОРОНКА И CRM («с» и «без» бюджета)** Привязка WA к СRM. Воронка и варианты заполнения. Как вести CRM с «нулевым» бюджетом в Trello и отслеживать основные бизнес-процессы. АВСDF-подход. Модель ББС – боль, бюджет, скорость.  **ЖЁСТКИЕ ПРАВИЛА И ОШИБКИ**  18 ключевых ошибок РОПов и менеджеров. Единые скрипты для сотрудников разного уровня. Допродажи 2+ продуктов, возврат потерянных клиентов.  **ВОЗВРАТ КЛИЕНТОВ** Работа с базой: Учет «потерянных» клиентов. Конфликты с клиентами. Всех ли нужно возвращать?  **СЕРВИС И ДОВЕРИЕ**  LTV против «кому надо - позвонит». План развития: от NPS до первой новой продажи. WhatsApp и телефонные сервисных действий.  **ВОЗРАЖЕНИЯ В ПРАВИЛАХ**  Как избегать 90% возражений: устранения вакуума в голове клиента, метод «ПУПС», ВВП, Замени НО, новые смыслы и др. |
|  |  |