|  |  |
| --- | --- |
| Чтобы продавать на высоте, нужно настроить свое мышление на нужную волну, плюс разобраться с техниками. Как ответить коллеге или клиенту, чтобы сохранить отношения? Как работать с выгоранием? И как сохранять высокий темп каждый день?Эти и другие подобные вопросы задают менеджеры по продажам постоянно. И это не новички, а специалисты, которые работают в этой сфере длительное время. Клиенты становятся все избирательнее, конкуренты наступают на пятки. Здесь очень важно быть в курсе, оперативно реагировать на изменения рынка и внедрять новые инструменты и техники, а главное, быстро меняться.Возражения должны отрабатываться на основе технологии амортизации и открытости, ведь слова клиента - это всего лишь мнение, которое можно тактично поддерживать, переводить на свой лад.Как не упустить клиента? Как правильно выявить потребность? Как переключить клиента на товар, который Вам нужно? А также новые техники дожима и работа с возражениями без стресса, включая личную мотивацию – то, на чем держит фокус внимания спикер весь день.Отдел продаж в новой системе – флагманская программа спикера, в которой сосредоточены самые новые подходы в продажах. | **Программа:** **ДРУГОЙ ВЗГЛЯД НА УПРАВЛЕНИЕ ПРОДАЖАМИ**Как выглядит бизнес владельца без выстроенной системы? СНИП-подходСтратегия, аудит, бизнес-процесс, анализ слива клиентов, КЭВ, **ОШИБКИ В ФОРМАТЕ РАЗБОРА**Аудит отдела продаж, живой разбор с кейсами участников. Ключевые и классические ошибки ОП: отсутствие вопросов, формализм, канцеляризмы, отсутствие фиксации и дожима клиента. Воронка дожима: алгоритм, правила и инструменты. **ФИКСАЦИЯ НА ВСТРЕЧЕ**Каков должен быть результат встречи? Личный бренд, продукт, следующий шаг. Продажи по «Форме воды». 2 классических действия в финале встречи: QR и WA-текст. Создавайте WOW-эффект.**ЗВОНКИ**Речевые техники: фиксация, растерянность, программирование и другие. Старт звонка: четыре ключевые фразы скрипта в начале диалога. Инструменты выхода за рамки классической беседы: текущие и последующие действия после разговора.**МЕССЕНДЖЕРЫ**4В-подход в мессенджерах: вводная фраза, варианты, ваши ссылки и вопрос. Как отправлять сообщения в WA без сохранения контакта. Прогревы в соц сетях. **НАЙМ В ОП**НОРМ-подход: найм, оценка, развитие, мотивация. Как создавать сильную команду. Проверка компетенций менеджеров. Стратегия найма.**ИНСТРУМЕНТЫ ДОЖИМА**Скрипты, CRM, сервис, NPS, книга продаж, ОСВК, КЭВ и др. Ключевой этап воронки на примере 3-х сфер: розничные продажи, автосалон, настройка отделов продаж. **ПРОДАЖИ**Крайние точки, EQ, возражения, точки касания и др. ВДВ-подход, КДР для пенетрации по КБ. Личный брендинг и ТОП-подход: тактика, ораторское искусство, продвижение и прогревы. ИКИГАЙ в мышлении. |
| **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ**:​* Собственники и предприниматели
* Коммерческие директора
* Руководители отделов продаж
* Менеджеры по продажам

­­­­**ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ\***: 1 день (От 1 до 8 часов) \*Глубина проработки материала зависит от длительности прзентации. |
| **Формат**: Выступление проводится в формате «Реалити», при котором спикер решает задачи «здесь и сейчас» с помощью живых звонков и разборов кейсов аудитории с большим числом практики. |