|  |  |
| --- | --- |
| 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-подход  Стратегия, 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. | |