

**Мастер продаж: как У2ивать результаты и сохранять баланс****Программа:**

Клиенты насытились, конкурентов много, и компании пытаются продать, рекламируя свой товар и используя классические техники продаж.

Но не зная трендов вы будете быстро «откатываться» на исходную. То, что работает сегодня – это рабочие приемы из бенчмаркинга, конкурентной разведки – которые становятся понятны, изучив сотни рабочих инструментов компаний.

Вместе с классическими звонками включаются Digital-инструментарии, который дают высокий эффект или «слив бюджета», особенно когда отправляются не рабочие КП, а звонки проводятся скриптами из начала 2000-х.

«О чем бы мы не говорили – мы всегда говорим о деньгах» - сказал мне один миллиардер, что означает, что большинство возражений ведутся вокруг ценовых переговоров.

А отказы и длительное время ожидания только раскачивает нервную систему или ... заряжают и развивают. Какой вариант и способ влияния на свой эмоциональный настрой выбрать - раскрывает спикер в формате живых звонков со сцены.

**ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:**

- Менеджеры по продажам
- Руководители отделов продаж
- Собственники и предприниматели
- Коммерческие директора

**ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ:**

1 день (8 академических часов)

либо:

2 дня (16 академических часов)

**Формат:** Выступление проводится в формате «Реальности», при котором спикер решает задачи «здесь и сейчас» с помощью живых звонков и разборов кейсов аудитории с большим числом практики.

**ТРЕНДЫ И НОВЫЕ ПОДХОДЫ**

DIGITAL-инструменты в продажах. Новые тренды продаж в России и мире. Чат боты в мессенджерах и социальных сетях. Быстрая реакция. Боты и искусственный интеллект в продажах. Как работает робот «Аня?» - пример голосового диалога.

**ЗВОНКИ 3.0 / РЕАЛИТИ-ПРОДАЖИ**

Реальности-звонки в отдел продаж или конкуренту компании-участника: «Анализ лучших/худших скриптов, речевых модулей, интонации, отработки возражений», «проверка работы менеджеров». Либо: реальности-звонок из зала клиенту на выбор участников: новому или текущему: «ведение переговоров с целью перевести клиента на следующий этап»

**ТЕКСТОВЫЕ ПРОДАЖИ. КОПИРАЙТИНГ**

Коммерческое предложение, которое продаст за вас. Как создавать мотивирующие тексты после диалога? ИЗСВП – структура.

**ЦЕНОВЫЕ ВОЗРАЖЕНИЯ**

Формат ценовых переговоров. Перевод через тотальную поддержку. Психология возражений и личного настроения. Отработка: «Дорого», «Нет денег», «У других дешевле» и др.

**ОТКАЗЫ И ОЖИДАНИЕ**

Техника мягкого давления в режиме ожидания. Как реагировать на 2 типа отказов. Уход от «я вам перезвоню», «сам перезвоню» и т.д. Что делать, если клиент не берет трубку?

**ЭМОЦИОНАЛЬНОЕ ВЫГОРАНИЕ**

Осознание точки дискомфорта. Как «зажечь себя?». Приемы самомотивации: отработка реакций, химия продаж, страх-опасность, зона дискомфорта, ПО-подход и др.