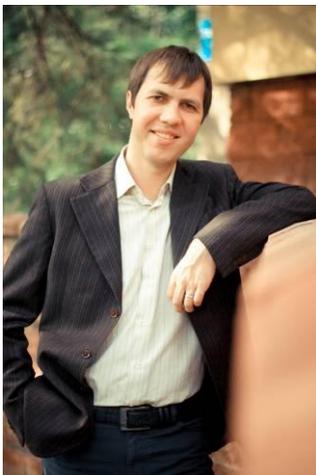


Тренинг «ВОЛНА БОЛЬШИХ ПРОДАЖ»

15-16 июня 2013 г., Алматы

Революционная авторская методика продаж Жанны Завьяловой, в основе которой лежит знание о графике принятия решений покупателем.

Жанна Завьялова, кандидат психологических наук, практикующий бизнес-тренер с 1995 года (Сертификат тренингового концерна Mercury, Germany) и сертифицированный коуч по стандартам ICF с 2010 года, автор и соавтор 9 книг практических пособий для бизнес-тренеров, Генеральный директор «Академии Живого Бизнеса» и руководитель Международной школы Бизнес-тренеров ICBT.



Тренинг проводит, аккредитованный тренер программой в Казахстане Максим Квачко - профессиональный бизнес-тренер, партнер и руководитель Представительства Международной Школы Бизнес-Тренеров ICBT, управляющий директор Международного учебного центра «M-TRAINING», сертифицированный коуч по стандартам ICF, опыт в продажах более 7 лет.

«Я приглашаю на этот тренинг тех, для кого продажа и работа с клиентом – это удовольствие и драйв, кто хочет и дальше развиваться и искать новые подходы к клиентам».

Уникальный тренинг «Волна БОЛЬШИХ продаж» рассчитан на самую широкую аудиторию, для которой актуальны все виды оптовых и розничных продаж, продажи по телефону и при личной встрече.

Цели тренинга:

1. Передать участникам тренинга революционную авторскую технологию продаж, в основе которой лежит знание о графике принятия решений покупателем.
2. Научить участников по поведенческим индикаторам безошибочно определять в какой точке принятия решения о покупке находится покупатель в каждый момент времени
3. Передать участникам эффективные инструменты влияния на решение покупателя о покупке в каждой из точек принятия решения.
4. Организовать практическую тренировку использования полученных инструментов в продажах по телефону и при личной встрече, в ведении переговоров об оптовых поставках и в розничной продаже в салонах и магазинах, в продаже товаров и услуг.
5. Научить использовать индивидуальный подход к клиенту с учетом его метапрограмм.



Программа тренинга:

1. Как клиент принимает решение о покупке?

- 1.1. График принятия решения о покупке.
- 1.2. Как меняется решение клиента с течением времени?
- 1.3. Что влияет на решение клиента с течением времени?
- 1.4. Три важные точки в графике принятия решения: точка сомнений, точка согласия и точка отказа

2. Какова роль продавца в принятии решения клиентом о покупке?

- 2.1. О максимальном влиянии и власти продавца в точке сомнений клиента
- 2.2. О значимом влиянии продавца в точке согласия клиента
- 2.3. О существенном влиянии продавца в точке отказа клиента от покупки

3. Типичные ошибки продавцов, которые приводят к потере прибыли организациями:

- 3.1. Почему продавцы делают ошибки?
- 3.2. Типичные ошибки продавцов в каждой из трех точек принятия решения клиентом о покупке.
- 3.3. Почему технология «Шесть этапов продаж» не может помочь продавцам быть эффективными, каковы ее недостатки?
- 3.4. Как посчитать недополученную прибыль, если ваши продавцы работают по «Шести этапам продаж»?

4. Поведенческие индикаторы, по которым продавец может определить, в какой из точек принятия решений находится клиент в каждый момент времени:

- 4.1. Особые слова клиента в каждой из трех точек принятия решения о покупке.
- 4.2. Специфика интонации клиента в каждой из трех точек принятия решения о покупке.
- 4.3. Невербальное поведение клиента в каждой из трех точек принятия решений о покупке.

5. Три эффективных технологии работы продавца для трех точек принятия решений клиента о покупке

- 5.1. Технология работы с сомнениями клиента:
 - 5.1.1. Вскрой весь список сомнений клиента.
 - 5.1.2. Выясни значимые для покупки ценности клиента.
 - 5.1.3. Аргументируй свое предложение с использованием ценностных слов клиент.
 - 5.1.4. Задай альтернативный вопрос и поддержи диалог с клиентом.
- 5.2. Технология фиксации согласия клиента и переход к процедурам сделки.
- 5.3. Технология яркого образа в точке отказа клиента.

6. Раппорт с клиентом как важное условие продажи:

- 6.1. Три приема быстрого раппорта с каждым клиентом.
- 6.2. Ставим правильный голос: тон друга и тон волшебника как основные интонации установления раппорта с клиентом.
- 6.3. Ставим правильную невербалику: мимика, поза и жесты продавца, помогающие раппорту с клиентом.

7. Специфика телефонных продаж по технологии «Волна Больших продаж»:

- 7.1. Слушаем тон голоса клиента, его ценностные слова и вопросы.
 - 7.2. Управляем диалогом через тон собственного голоса и визуализацию.
 - 7.3. Используем график принятия решения и три технологии работы продавца по телефону.
-



Международный
учебный центр

8. Специфика жестких переговоров по технологии «Волна Больших Продаж»:

- 8.1. Прогнозируем истинные намерения партнеров, используя знание о графике принятия решений
- 8.2. Противостоим манипулированию и силовому давлению, зная в какой из трех точек принятия решений находимся мы сами.
- 8.3. Осознаем собственные возможности и ресурсы, которые нам дают три эффективных технологии работы продавца по трем точкам принятия решений.

Стоимость обучения:

Стоимость участия составляет 60 000 тенге.

При регистрации и оплате за тренинг до 1 июня стоимость участия составит 45 000 тенге.

При регистрации 2-х и более участников предоставляется скидка 10%.

По всем вопросам Вы можете обращаться:

- по телефону Международного учебного центра «M-TRAINING» +7 (727) 317-10-71
 - по электронной почте sales@m-training.kz
 - связаться с менеджером проекта Мирхатом Ахатовым +7 705-561-11-74
-