

# Profesjonalny sprzedawca wraz z obsługą komputera. Nowoczesne techniki sprzedaży i pozyskiwania klienta dla sprzedawców i przedstawicieli handlowych (warsztat)

## Informacje o usłudze

<b>Czy usługa może być dofinansowana?</b>	Tak
<b>Sposób dofinansowania</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>wsparcie dla osób indywidualnych</li><li>wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników</li></ul>
<b>Rodzaj usługi</b>	Usługa szkoleniowa
<b>Podrodzaj usługi</b>	Usługa szkoleniowa
<b>Dostępność usługi</b>	Otwarta
Usługa z możliwością dofinansowania	<b>Tak</b>
Liczba godzin usługi	<b>24</b>

Termin rozpoczęcia usługi	<b>Terminy ustalamy indywidualnie</b>	
Maksymalna liczba uczestników	7	
Kategoria główna KU	<b>Usługi</b>	
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	<b>Certyfikaty:</b> Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0	
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	<b>Nie</b>	
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	<b>Nie</b>	
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	<b>Tak</b>	

# Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu	<b>SNH Magdalena Kaźmierczak - Polowczyk</b>		
Osoba do kontaktu	<b>Magdalena Kaźmierczak-Polowczyk</b>	Telefon	<b>601458848</b>
E-mail	<b>snhkazmierczak@gmail.com</b>		

## Cel usługi

### Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest uzupełnienie (lub nabycie) wiedzy na temat organizacji sprzedaży wraz z obsługą komputera oraz udoskonalenie kompetencji sprzedawców i przedstawicieli handlowych odpowiedzialnych za sprzedaż oraz obsługę klienta w swoich firmach.

## Szczegółowe informacje o usłudze

### Ramowy program usługi

#### 1. Profesjonalna autoprezentacja

Wizerunek sprzedawcy, a proces sprzedażowy.

##### FILMIK PORÓWNAWCZY

Sztuka kreowania własnego wizerunku odpowiednio dobranym strojem.

Modulacja głosu, mowa ciała.

Zachowanie zgodne z savoir-vivre sprzedawcy. CASE STUDY

Czynniki wpływające na sukces.

Kompetencje i zasoby.

Jak być pewnym siebie.

Dopasowanie się do rozmówcy.

Profesjonalizm, czyli jak utrzymać wysoki poziom obsługi mając zły dzień.

Radzenie sobie z negatywnymi emocjami, tj. stres, złość.

#### 2. Typy klientów

Rodzaje klasyfikacji typów klienta.

Rozróżnienie typów klienta wg. stopnia pewności siebie i stopnia wrażliwości.

#### 3. Case study - prowadzenie rozmowy handlowej z uwzględnieniem różnych typów klienta.

#### 4. Wprowadzenie w świat komunikacji

Komunikacja interpersonalna.

Bariery komunikacji.

Rodzaje pytań.

Funkcje pytań.

Techniki skutecznej komunikacji.

Case Study – scenki sprzedażowe

## **5. Zasady prowadzenia rozmowy handlowej**

Przygotowanie: Rodzaje potrzeb, Jak rozpoznać potrzeby klienta, Rodzaje sprzedaży, Skuteczna rozmowa przez telefon

Otwarcie rozmowy: Przywitanie i pierwsze wrażenie, Nawiązanie pierwszego kontaktu z klientem,

Elementy skutecznej komunikacji i ich znaczenie

Prezentacja oferty: Model C-Z-K – CECHA, ZALETA, KORZYŚĆ, Rodzaje obiekcji i techniki reagowania na nie, Techniki sprzedaży, Sposoby wywierania wpływu na Klienta wg R. Cialdiniego

Zamknięcie sprzedaży: Domykanie sprzedaży – techniki, Obsługa posprzedażowa – jak budować długotrwałe relacje z klientami

## **6. Prawne aspekty sprzedaży**

Zakup jako umowa kupna.

Zawarcie i wykonanie umowy kupna sprzedaży.

Umowy w handlu elektronicznym.

Gwarancja jakości.

Reklamacje.

## **7. Obsługa klienta**

Techniki sprzedaży: cecha-zaleta korzyść, technika pozornego wyboru, zły i dobry policjant, zasada kontrastu, reguła wyobraźni.

## **8. Tradycyjne metody sprzedaży**

Dopasowanie do oferowanych towarów/usług elementów formy tradycyjnej oraz samoobsługowej, preselekcja,, samoobsługę i półsamoobsługa np. e-handel)

## **9. Nowoczesne metody sprzedaży**

Sprzedaż internetowa, B2C, budowanie relacji biznesowych, tworzenie sieci kontaktów, standardy i ćwiczenia rozmów, różne scenariusze, promocja działalności w Internecie: źródła i narzędzia marketingu internetowego: banery, newsletter, mailing internetowy, pozycjonowanie- czym jest, jak dobrać słowa kluczowe. Domena-definicja i propozycja stworzenia własnej , Hosting- jak i gdzie szukać optymalnych rozwiązań

## **10. Panel dyskusyjny + case study**

Organizacja sprzedaży w tradycyjnej metodzie sprzedaży.

Organizacja sprzedaży w nowoczesnej metodzie sprzedaży.

Case study + panel dyskusyjny.

## 11. Podstawy obsługi komputera

Obsługa podstawowych programów komputerowych wykorzystywanych w handlu (przetwarzanie tekstów, arkusze kalkulacyjne, bazy danych).

## 12. Subiekt

Program magazynowy „subiekt”- moduł sprzedawca.

## 13. Planowanie sprzedaży - warsztat

Budowanie pełnego planu sprzedaży- warsztat z podziałem na grupy 2 osobowe, elementy składowe procesu i planu, strategia sprzedaży, określenie wielkości działu sprzedaży, polityka cenowa, obszary sprzedaży, kanały sprzedaży, przedstawienie rezultatów warsztatów.

---

## Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnik szkolenia zdobywa wiedzę na temat procesów sprzedażowych, poznając zasady przygotowania towarów/usług do sprzedaży. Ponadto pozna metody i formy prezentacji towarów/usług, poszerzy wiedzę na temat obsługi urządzeń technicznie stosowanych na stanowiskach pracy oraz zasad ustalania cen. Po szkoleniu uczestnik będzie potrafił samodzielnie zorganizować proces sprzedaży oraz samodzielnie dobrać odpowiednią do branży metodę sprzedaży. Co więcej zajęcia z obsługi komputera pozwolą sprawnie i szybciej pracować.

### KOMPETENCJE:

- Opanowanie wiedzy z zakresu organizowania sprzedaży oraz metod sprzedaży
- Samodzielne planowanie sprzedaży-kompetencje
- Kreowanie postaw właściwych dla prowadzenia działań sprzedażowych
- Nabycie umiejętności prowadzenia sprzedaży

---

## Grupa docelowa

Szkolenie jest skierowane do osób zajmujących się sprzedażą pośrednią i bezpośrednią a także szeroko rozumianą obsługą klienta. Jest również skierowane do osób, którym zależy na uzupełnieniu wiedzy na temat procesów sprzedaży oraz osób, które zamierzają poszerzyć zakres swoich obowiązków w firmie lub podjąć pracę na stanowisku sprzedawcy.

---

## Materiały dydaktyczne

- materiały szkoleniowe opracowane przez szkoleniowców

## Sposób walidacji usługi

Ankieta oceniająca

## Osoby prowadzące usługę

---

Imię i nazwisko	Katarzyna Żądłowska
-----------------	---------------------