

Prospecting jako skuteczne pozyskiwanie klienta - aktywne szkolenie umiejętności handlowych

Informacje o usłudze

Czy usługa może być dofinansowana?	Tak
Sposób dofinansowania	<ul style="list-style-type: none">• wsparcie dla osób indywidualnych• wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników
Rodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Podrodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Dostępność usługi	Otwarta
Termin rozpoczęcia usługi	Terminy ustalamy indywidualnie
Usługa z możliwością dofinansowania	Tak
Liczba godzin usługi	20
Maksymalna liczba uczestników	4
Kategoria główna KU	Usługi
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych	Certyfikaty: Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?	Nie
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?	Nie
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?	Tak

Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu	SNH Magdalena Kaźmierczak - Polowczyk
----------------	--

Cel biznesowy

Klienci to najważniejszy kapitał każdej firmy. Aby stale się rozwijać i prawidłowo funkcjonować na rynku, firma musi pozyskiwać nowych klientów, jednocześnie dbając o relacje z dotychczasowymi. Poszukiwanie klientów, to pierwszy etap procesu sprzedaży, w którym kluczowa jest umiejętność nawiązania i budowania relacji z klientami. Rynek stale ewaluuje, zmiany dokonują się też na poziomie organizacji, dlatego tak ważne jest, aby handlowiec nadał za tak dynamiczną sytuacją na rynku i w firmie, doskonaląc umiejętności pozyskiwania klientów. Celem warsztatów jest zbudowanie konkretnego planu przedsięwzięć dla uzyskania zaplanowanej ilości klientów, a co za tym idzie uzyskanie wzrostu sprzedaży i rozwoju przedsiębiorstwa, w kontekście przewagi konkurencyjnej i zwiększenia udziału w rynku przedsiębiorstw zajmujących się handlem dóbr użytkowych dla klienta indywidualnego.

Cel edukacyjny

Celem edukacyjnym jest przede wszystkim nabycie kompetencji związanych z praktyczną umiejętnością pozyskiwania nowych klientów oraz ich utrzymania jako zadowolonych i lojalnych nabywców towarów lub usług. Uczestnicy po zakończeniu usługi rozwojowej będą posiadali umiejętności dotyczące prowadzenia skutecznej sprzedaży, skutecznych rozmów handlowych i zamykania procesu sprzedaży, a także zapoznają się z zasadami stosowania technik wywierania wpływu społecznego. Po naszym szkoleniu uczestnik potrafić będzie wybrać grupę klientów docelowych i opracować metody skutecznego dotarcia do nich, a następnie przekształcania ich w lojalnych odbiorców produktów. Uczestnicy poznają też przyczyny utraty klientów, znaczenie nowych klientów w rozwoju sprzedaży, znaczenie obecnych klientów przy pozyskiwaniu nowych.

8. Rodzaje klientów i podejście do różnych osobowości, typologia klientów – ocena typu klienta. Umiejętność dostosowania swojego typu komunikacji do różnych typów klienta. Szczegółowe informacje o usłudze. Radzenie sobie z trudnym klientem. Indywidualne strategie rozwiązywania sytuacji w komunikacji z trudnym klientem.

9. Badanie potrzeb klienta. Techniki poznawania potrzeb. Jak handlowiec powinien słuchać – model czworga uszu, zasady efektywnego słuchania, techniki aktywnego słuchania. Jakie pytania zadawać aby prawidłowo zbadać potrzeby klienta?

10. Grunt to dobry start - czyli jak rozpocząć rozmowę z klientem. Spotkanie z klientem face to face - pierwsze wrażenie robi się tylko raz – (wygląd zewnętrzny, mowa ciała, dress code, savoir vivre w biznesie). Small talk- niezbędna umiejętność handlowca (sztuka prowadzenia rozmowy, okazywanie zainteresowania, parafraza) Zasada: najpierw ludzie potem interesy Koło kompetencji jako narzędzie do rozwoju kompetencji handlowca.

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnicy usługi rozwojowej w zakresie wiedzy nabeżdą proaktywną postawę sprzedażową, w tym skupią się na finalizacji sprzedaży, zasadach efektywnej obsługi posprzedażowej, teorii osobowości w procesie sprzedaży, wypełnieniem formularza MBTI, na błędach popełnianych w procesie obsługi klientów oraz jak radzić sobie ze stresem przed spotkaniem z klientami. W zakresie umiejętności zostanie pokazana asertywność w pracy handlowca, techniki sprzedażowe co pozwolą na zaciekawienie klienta oraz na skuteczne zamkniętej transakcji. W zakresie postaw uczestnicy będą kształtować efektywną postawę pro-sprzedażową.

Grupa docelowa

Właściciele przedsiębiorstw oraz ich pracownicy i współpracownicy działający w branży handlowej, na codzień zajmujący się procesem sprzedaży, pozyskiwania klientów i kontrahentów, realizacją planów sprzedażowych i strategii rozwoju firmy pod kątem sprzedaży.

Sposób walidacji usługi

Ankieta oceniająca

Osoby prowadzące usługę

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