

Pozyskiwanie Klienta Strategicznego - jak zbudować portfel najważniejszych klientów?

PROGRAM SZKOLENIA

Poniższy program szkoleniowy zakłada realizację w postaci 2-dniowego warsztatu (16 godzin dydaktycznych) szkoleniowego.

Szkolenie ma charakter interaktywny (składa się głównie z ćwiczeń, gier, symulacji przy kamerze, zadań opartych na prezentacji Państwa produktów dla wszystkich typów odbiorców min. wzrokowców, słuchowców i kinestetyków).

KORZYŚCI DLA UCZESTNIKÓW

- Uświadomienie sobie reguły nawiązywania kontaktów z klientami
- Wypracowanie metod pozyskiwania klientów i poszukiwania najlepszych
- Nabycie umiejętności zdobywania informacji o klientach i dokonywania odpowiedniej analizy
- Poznanie etapów kształtowania relacji z klientami
- Wzmocnienie wizerunku i pewności siebie w trakcie rozmów z najważniejszymi klientami
- Nabycie umiejętności budowania relacji z klientami.
- Zbudowanie pewności siebie i wywierania pozytywnego wpływu na klienta
- Wzmocnienie własnych zachowań werbalnych podczas wystąpienia u klienta
- Dowiedzą się, czego oczekują ich potencjalni klienci,
- Określą własny styl pozyskiwania klienta, dzięki czemu uświadomią sobie swoje mocne i słabe strony,
- poznają typologię klientów i zdobędą umiejętność dostosowywania różnych technik sprzedaży do każdego z nich, tak aby nie dokonywać
- "sabotażu" własnych intencji

BLOK - ROZPOCZĘCIE "Umiejętność osiągnięcia sukcesu".

1. Gra sprzedażowa z prowokacją - "Fundacja".
2. Jak działa moje nastawienie? Od czego zacząć osiągnięcie sukcesu?
3. Po co mi entuzjazm w trakcie rozmowy? Jak entuzjazm wpływa na mój sukces?
4. sukces?
5. Film, który zmusza do refleksji, na temat proaktywności w zdobywaniu strategicznego klienta

BLOK - I Segmentacja i analiza rynku

1. Na czym polega segmentacja rynku?
2. Bazy informacji o klientach, gdzie szukać klientów?
3. Analiza klienta strategicznego metodą SWOT
4. Opracowanie modelu działania w procesie pozyskiwania klienta
5. Marketing pośredni i bezpośredni

BLOK - II Komunikacja z klientem strategicznym



1. Jak mówić, aby wpłynąć na decyzję klienta?
2. Jak słuchać, aby zrozumieć jego oczekiwania, potrzeby i ukryte pragnienia?
3. Dlaczego nam tak trudno się porozumieć, kiedy chcemy zrobić interes?
4. Co to jest "Trójkąt Bermudzki w komunikacji handlowej?"
5. Systemy reprezentacji to klucz do nadawania na jednej fali z klientem.
6. Symetria, która tworzy sympatię, zaufanie i buduje respekt do nas.
7. Zadawanie kluczowych pytań gwarantujących dobry biznes

BLOK - III Strategie handlowe

1. Fazy w kontaktach handlowych? - Strategia sprzedażowa.
2. Od czego zacząć? - Budowanie odpowiedniego kontaktu, "prawo pierwszego wrażenia" i "punkt dumy", budowanie autorytetu.
4. Style pozyskiwania klientów - mocne i słabe strony każdego z nas.
5. Jak zakończyć spotkanie z klientem, aby wprowadził nas w swoje towarzystwo sieci swoich relacji?

BLOK - IV Typologia klienta strategicznego

1. Typologia klienta strategicznego
2. Rozpoznawanie zachowań i postępowań klientów
3. Jak rozmawiać z różnymi typami klientów? - Recepta na każdego.
4. Jak robić interesy z każdym? - Ostateczne zasady gwarantujące sukces