

Чтобы продавать на высоте, нужно настроить свое мышление на нужную волну, плюс разобраться с техниками. Как ответить коллеге или клиенту, чтобы сохранить отношения? Как работать с выгоранием? И как сохранять высокий темп каждый день?

Эти и другие подобные вопросы задают менеджеры по продажам постоянно. И это не новички, а специалисты, которые работают в этой сфере длительное время.

Клиенты становятся все избирательнее, конкуренты наступают на пятки. Здесь очень важно быть в курсе, оперативно реагировать на изменения рынка и внедрять новые инструменты и техники, а главное, быстро меняться.

Возражения должны обрабатываться на основе технологии амортизации и открытости, ведь слова клиента - это всего лишь мнение, которое можно тактично поддерживать, переводить на свой лад.

Как не упустить клиента? Как правильно выявить потребность? Как переключить клиента на товар, который Вам нужен? А также новые техники дожима и работа с возражениями без стресса, включая личную мотивацию – то, на чем держит фокус внимания спикер весь день.

Отдел продаж в новой системе – флагманская программа спикера, в которой сосредоточены самые новые подходы в продажах.

#### **ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:**

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

#### **ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ\*:**

1 день (От 1 до 8 часов)

\*Глубина проработки материала зависит от длительности презентации.

**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.

#### **Программа:**

##### **ЭНЕРГИЯ И ЛОГИКА В ПРОДАЖАХ**

Ключевые приемы в продажах. Прокатка 12 ключевых навыков. 2 полушария – 2 воздействия на клиента. Как оставаться «заряженным» весь день? Принцип «Дамасио». «ЭИС» и ГУСЬ-подходы

##### **ИНТОНАЦИЯ И УБЕЖДЕНИЕ**

Как научиться говорить легко без «канцеляризм» и скучных фраз? Игра в «удивления» и «расстройств». «АМО» и «СУ»-подходы.

##### **СТРАХИ**

Как работать с личными страхами Личный пример страхов звонков из 2003-го. Проработка страхов команды. Подход Дэфо.

##### **НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА СИСТЕМУ ПРОДАЖ**

Как выглядит бизнес без выстроенной системы? СНИП-подход. Стратегия, аудит, бизнес-процесс, анализ слива клиентов, КЭВ. Шесть разделов для анализа: от Бизнес-процесса до мотивации.

##### **ОШИБКИ В ФОРМАТЕ РАЗБОРА**

Аудит отдела продаж, живой разбор с кейсами участников. Ключевые и классические ошибки ОП: отсутствие вопросов, формализм, канцеляризмы, отсутствие фиксации. Воронка дожима: алгоритм, правила и инструменты.

##### **ДОЖИМ КЛИЕНТА В ДЕТАЛЯХ**

Встречи с QR-удивлением и убеждением. Пример продажи автомобиля. 4В-подход в мессенджерах: вводная фраза, варианты, ваши ссылки и вопрос. Как отправлять сообщения в WA без сохранения контакта. Прогревы в 12-ти соц сетях.

##### **НАЙМ В ОП**

НОРМ-подход: найм, оценка, развитие, мотивация. Как создавать сильную команду. Воронка найма. Хедхантинг на примере Президента «МТС».

##### **ИНСТРУМЕНТЫ И ПРОДАЖИ**

КЭВ, Пенетрация EQ, Видео-звонки, ВДВ-подход. Личный брендинг и ТОП-подход: тактика, ораторское искусство, продвижение и прогревы. ИКИГАЙ в мышлении.