

Программа:

Клиенты насытились, конкурентов много, время не простое. Компании пытаются продать, рекламируя свой товар и используя классические техники продаж, которые не работают.

«С чем вы сравниваете», «давайте подумаем вместе», «дорого по сравнению с чем» – эти речевые обороты, по-моему вызывают больше раздражения, чем убеждения.

Не зная трендов вы будете «откатываться» на исходную. То, что работает сегодня – это рабочие приемы из бенчмаркинга, конкурентной разведки – которые становятся понятны, изучив сотни рабочих инструментов компаний.

Вместе с классическими звонками включаются Digital-инструментарии, которые дают высокий эффект или «слив бюджета», особенно когда отправляются не рабочие КП, а звонки проводятся скриптами из начала 2000-х. «О чем бы мы не говорили – мы всегда говорим о деньгах» - сказал мне один миллиардер, что означает, что большинство возражений ведутся вокруг ценовых переговоров.

ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ:

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

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ:

1 день (8 академических часов)
либо:
2 дня (16 академических часов)

Формат: Выступление проводится в формате «Реалити», при котором спикер решает задачи «здесь и сейчас» с помощью живых звонков и разборов кейсов аудитории с большим числом практики.

РЕЧЕВЫЕ МОДУЛИ И СКРИПТЫ

Техники налаживания контакта и захвата доверия. Включение инициативы. Техника правильного старта. Завершение зацепкой или ПДД-подход, и внедрения.

ПРОВЕРКА ОТДЕЛА ПРОДАЖ В «РЕАЛИТИ»

Реалити-звонок в отдел продаж или конкуренту компании-участника: «Анализ лучших/худших скриптов, речевых модулей, интонации, отработки возражений», «проверка работы менеджеров»

ВОРОНКА И CRM («с» и «без» бюджета)

Привязка WA к CRM. Воронка и варианты заполнения. Как вести CRM с «нулевым» бюджетом в Trello и отслеживать основные бизнес-процессы. ABCDF-подход. Модель ББС – боль, бюджет, скорость.

ЖЁСТКИЕ ПРАВИЛА И ОШИБКИ

18 ключевых ошибок РОПов и менеджеров. Единые скрипты для сотрудников разного уровня. Допродажи 2+ продуктов, возврат потерянных клиентов.

ВОЗВРАТ КЛИЕНТОВ

Работа с базой: Учет «потерянных» клиентов. Конфликты с клиентами. Всех ли нужно возвращать?

СЕРВИС И ДОВЕРИЕ

LTV против «кому надо - позвонит». План развития: от NPS до первой новой продажи. Whats App и телефонные сервисных действий.

ВОЗРАЖЕНИЯ В ПРАВИЛАХ

Как избегать 90% возражений: устранения вакуума в голове клиента, метод «ПУПС», ВВП, ЗамениНО, новые смыслы и др.

Тренинг в формате «Реалити»



Продажи X10! Как продавать быстро, дорого и в удовольствие