



Temat	„Budowanie szybkich relacji z klientami. Badanie potrzeb.”		
Ilość uczestników	Max 6 osób	Koszt	1098 PLN netto od osoby
Długość szkolenia	Całodzienne: 6 godzin + przerwy kawowe i lunch		
Oznaczenie	CMB2		

Cel szkolenia:

Celem szkolenia jest efektywne, skuteczne i praktyczne przeszkolenie uczestników ze sposobów (technik), które pozwalają, z jednej strony, wykorzystać do maximum potencjał zakupowy Klientów, z drugiej zaś, zbudować z nimi trwałe i obopólne (biznesowo) satysfakcjonujące, długotrwałe relacje. Całemu szkoleniu towarzyszy bowiem nasze głębokie, z osobistego doświadczenia płynące, przekonanie, że odpowiednio zbudowane relacje z Klientami, to jeden z fundamentów współczesnego biznesu i jeden z czterech czynników, decydujących o sukcesie lub porażce w sprzedaży.

Program szkolenia:

Blok 1: Uroczyste przywołanie Uczestników – Ice breaker - KWIATEK

Postawa i automotywacja jako kluczowy czynnik budowania osobistych relacji z klientem

- Ćwiczenia – Moje mocne strony – czy znam siebie i czy jestem wewnętrznie zmotywowany
- Pokaż nam siebie – wystąpienia indywidualne – Uczestnicy prezentują siebie w ciągu 45 sekund pod hasłem cenię w sobie....
- Koncepcja EQ – inteligencji emocjonalnej
- Fokus na świadomość siebie oraz samoocenę
- Rola empatii w budowaniu pierwszego wrażenia i relacji
- Jak podnosić świadomość siebie i samoocenę; jak uczyć się empatii
- Ćwiczenie – gwizdek – Uczestnicy dostają handout ćwiczenia w którym będą zapisywać swoje uczucia w trakcie całego dnia szkoleniowego na sygnał gwizdka
- Paul Ekman i kategorie uczuć – rozpoznawanie uczuć własnych – rozpoznawanie uczuć klienta

Blok 2: Na czym polega ekskluzywność handlowca?

- Jesteś marką osobistą – szukanie własnego wyróżnika w kontakcie z klientem
- Jak formułować pierwszy kontakt z klientem – przygotowanie
- - dobór odpowiednich słów (język hipnotyczny i semantyka w budowaniu świetnego pierwszego wrażenia)

„Budowanie szybkich relacji z klientami. Badanie potrzeb.”



- Wystąpienia Uczestników – przywitanie klienta
- Analiza zapisu DVD ze zwróceniem szczególnej uwagi na:
 - - trójpodział komunikacyjny (mowa ciała, treść, sposób i co jest ważne)
 - - materiał filmowy – efekt McGurka

Blok 3: **Samoocena handlowca - przygotowanie na krytykę i niechęć**

- Oparcie w sobie jako gwarant stabilności nawet w sytuacji niechęci ze strony klienta
- Jak zachować życzliwość w sytuacji krytyki?
- Ćwiczenie – przyjmuj krytykę z wdzięcznością
- Uczestnicy otrzymują konstruktywną i niekonstruktywną krytykę od klienta. Ich zadaniem jest przyjąć ją zgodnie z wprowadzonym modelem zachowania.

Blok 4: **Utrzymywanie relacji – jak zatrzymać klientów?**

- Wpływ relacji międzyludzkich na sferę zawodową – BUDOWANIE ZAUFANIA
- Ćwiczenie Relacje (część uczestników gra pracowników firmy, każdy z nich otrzymuje opis swojej roli, w którym znajdują się informacje o wydarzeniach i ich relacjach z poszczególnymi członkami zespołu. Osoby te mają na zebraniu ustalić plan wyjazdu firmowego. Obserwatorzy przypatrują się jak relacje między uczestnikami dyskusji wpływają na realizację celu)
- Dlaczego relacje są ważne? – dyskusja
- Wyniki badań – na co zwracają uwagę klienci i dlaczego przechodzą do konkurencji?

Blok 5: **Praktyczne zorientowanie się na biznes klienta – praca w systemie CRM**

- Analiza systemu CRM wraz z Uczestnikami
- Jakie wartości dostrzegam?
- Co mi przeszkadza – jakich funkcjonalności brakuje?
- Dyskusja moderowana – praktyczne wykorzystanie CRM do zarządzania relacjami z klientami
-

Blok 6: **Typologie sprzedawców w kontekście budowania relacji**

- Typologia osobowości według Eysneek/DISC 4 kolory – test i indywidualna analiza
- Podział Uczestników na grupy według dominującego typu
- Praca grupowa: jak się ze mną komunikować?
- DO/DON'T zachowań z danym typem kolorystycznym

Blok 7: **Poznanie systemu wartości i ukrytych motywacji klienta**

- Motywatory klientów:
 - BEZPIECZEŃSTWO
 - FINANSE
 - KOMFORT
 - NOWOŚĆ
 - SYMPATIA
 - DUMA/PRESTIŻ
- Uczestnicy w 6 grupach przygotowują prezentację do jednego motywatora: CZEGO OCZEKUJE KLIENT?
- Prezentacja grup na forum.

Blok 8: **Badanie potrzeb klienta - rozmowa w obszarze biznesu klienta**

- Badania Maederthanera – rozmowa w obszarze klienta – wprowadzenie
- Jak prowadzić rozmowy o kliencie
- Postawa ciekawości

„Budowanie szybkich relacji z klientami. Badanie potrzeb.”



- Ćwiczenie rozmów

Blok 9: Zadawanie pytań w sprzedaży

- Technika dzidy bojowej
- Technika lejka

Korzyści:

Po zakończeniu szkolenia Uczestnicy:

- będą potrafili skutecznie i metodycznie przygotować się do wizyty u nowego Klienta
- będą wiedzieli za pomocą jakich narzędzi efektywnie diagnozować jego potrzeby oraz „ból” (obszary biznesowego dyskomfortu)
- zaprezentują Klientowi korzystne dla jego biznesu rozwiązania
- będą potrafili radzić sobie z zastrzeżeniami i obiekcjami
- będą umieli efektywnie zamykać proces sprzedaży
- będą potrafili wpływać na postawę własną i klienta
- zapoznają się z psychologicznymi mechanizmami budowania relacji z klientami w biznesie
- będą precyzyjnie rozumieli, czym są i na czym w swej istocie polegają partnerskie relacje;
- naucza się rozpoznawać „rafy” i zagrożenia dla własnego biznesu, będące pochodną nietrafnego zdefiniowania i prowadzenia relacji z Klientem
- będą wierzyć w siebie i produkt i będą odporni na negatywne reakcje klientów