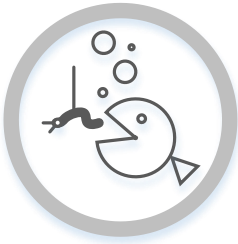




Опросы генеральных и коммерческих директоров из 25 отраслей, проводимые консалтинговой компанией «SIMS-group» на протяжении двух последних лет, показывают, что:



- в 94% компаний, где зафиксировано падение продаж, в качестве одной из главных стратегий стабилизации сбыта, опрошенные назвали **«обучение сбытового персонала»**
- 86% респондентов заявило, что нуждаются в простых инструментах, приносящих **результат сразу**

За время своей работы мы

- собрали уникальную библиотеку из **286 инструментов влияния** от мировых экспертов в социологии, neuroscience и переговорах: М. Бэнг, Д. Каннеман, Н. Рекхэм, Р. Чалдини, С. Шифман, П. Экман ...
- **проверили результативность** этих техник в личном опыте продаж и переговоров, а также на тренингах с 6 500 участников – успешных клиентских Менеджеров и Директоров.
- и, обобщив свой 20-летний персональный опыт продаж и переговоров, разработали тренинг

28 УЛОВОК ПРОДАЖ

Тренинг идет как в 16-часовом формате, так в формате независимых 4-часовых модулей, что удобно при высокой рабочей нагрузке. Каждый модуль позволяет отработать полный цикл продажи, а не его отдельные этапы, что дает в 4 раза (!) больше опыта продаж, чем в стандартном тренинге. После тренинга Заказчик получает набор речевых шаблонов (скриптов) и чек-лист для контроля использования изученных инструментов



Цели тренинга

Мы отказались от привычного прохождения этапов продаж в пользу ответов на четыре вопроса

- зачем мне слушать ВАС?
- зачем мне ваш ПРОДУКТ?
- почему мне надо купить продукт у ВАС?
- почему надо купить продукт СЕЙЧАС?



Знания и навыки

- участники изучают 28 инструментов, которые
- охватывают 84 % сбытовых ситуаций и приносят результат сразу



Содержание программы

1 | Доверие к источнику информации

- улыбка
- взгляд
- поза
- дресс-код
- «зонтик бренда»
- 6 техник активного слушания
- 3 правил комплимента
- 7 техник укрупнения
- 4 шага работы с возражениями

3 | Побуждение к действию

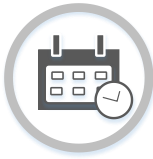
- запрос к действию
- «альтернатива»
- «как будто...»
- «продолжение»
- «шоколадка»

2 | Формирование желания

- «хочу помочь»
- «усилия/ценность»
- «баланс выгод»
- «сложный продукт»
- «ВПХ»
- типология выгод
- «верхняя полка»
- «щенок»
- «сверху-вниз»
- «окно возможностей»
- «эксперт не ошибается»
- «ничего, кроме...»
- «маленькие «Да»
- «многие так думали»



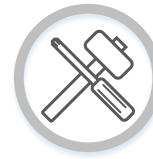
Формат бизнес-тренинга



standard-learning **2** дн. по **8** ч.
или micro-learning **4** дн. по **4** ч.



оптимальное количество
участников **14 ... 18** чел.



соотношение теории и
практики **15% / 85%**

Контроль результата

Программа включает все этапы: от диагностики до аттестации степени освоения навыка участниками. Для повышения вероятности внедрения навыков на рабочем месте, мы предлагаем более 20 интервенций:



определение ключевых
компетенций специалиста по
продажам необходимых для
достижения целей компании



разработка **уникальной**
программы и до 85%
практики в **кейсах** на базе
реальных ситуаций



балльная система оценки
поведения участников во
время тренинга и при
выполнении пост-заданий



групповой **отчет** по тренингу,
и **рекомендации** по развитию
компетенций



раздаточные **материалы** и
пост-**задания** для повышения
эффективности тренинга



консультация и **аттестация**
участников через 14 и 30
дней после тренинга