

PSYCHOLOGIA SPRZEDAŻY. Psychologia Klienta

13.09.2017 - Warszawa

15.11.2017 - Warszawa

O SZKOLENIU:

Zrozumienie motywacji klienta, jego zachowania, oraz umiejętność adekwatnego działania handlowca, wymaga poznania procesów psychologii zakupów, oraz rozumienia przyzwyczajęń osób w zakresie komunikowania się, relacji i wartości społecznych. To co decyduje o efekcie handlowym jest najczęściej niewidoczne i nieujawniane przez klientów. Możesz doświadczyć tego podczas szkolenia.

Obserwując działanie wielkich marek, jak Apple, IKEA, Amazon, można zadać pytanie; jaka jest wspólna cecha prowadzonej przez liderów działalności. Każdy z tych biznesów dostarcza unikalnych wartości klientom, nie tylko na poziomie strategii marketingu, ale również realnie w obsłudze i sprzedaży. Co to za wartość - o tym na szkoleniu.

CELE SZKOLENIA:

Biorąc udział w szkoleniu "Psychologia Sprzedaży. Psychologia Klienta" zwiększysz swoje kompetencje w zakresie:

- stosowania pozytywnej komunikacji i nieoceniającego stylu komunikowania się,
- rozpoznawania motywacji zakupowej klienta,
- stosowania języka korzyści i perswazji handlowej,
- strategii partnerskiej sprzedaży wzmacniającej długofalowe relacje,
- sposobów dotarcia do klienta i rozmowy bezpośredniej,
- przełamywania barier w pierwszym kontakcie z klientem,
- budowania trwałych więzi z klientem,
- rozpoznawania i rozumienia osobowości klienta,
- rozpoznawania swojego antagonisty komunikacyjnego,
- stosowania argumentacji handlowej dostosowanej do stylu komunikacji klienta,
- rozpoznawania i rozumienia własnych reakcji związanych z negocjowaniem,
- radzenia sobie z siłą negocjacyjną klienta,
- radzenia sobie z klientem o odmiennym charakterze i poglądach,
- radzenia sobie z obiekcjami klienta i krytyką,
- radzenia sobie w trudnych sytuacjach z klientem.

PROGRAM SZKOLENIA:

1. FILARY PARTNERSKIEJ KOMUNIKACJI Z KLIENTEM

Ocena, Doradzanie, Generalizacja i inne bariery w komunikacji

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Oceniający styl komunikowania się. Interpretowanie a fakty
Aktywne słuchanie
Flow wg. M. Cikszentmihalyi i jego automotywacyjny aspekt
Filary komunikacji asertywnej
Podmiotowość i przedmiotowość w relacji z klientem czyli jak rozmawiać po partnersku z trudnym partnerem

2. MOTYWACJA KLIENTA

Co motywuje ludzi do zakupu?
Jak najłatwiej demotywować klienta?
Strategia "wzbogacania życia klienta" w sprzedaży - studium przypadku Ikea i Apple

3. KATALOG DOBRYCH PRAKTYK W SPRZEDAŻY

Umawianie się na spotkania
Pokonywanie oporu recepcji przez telefon
Nieprzewidziane sytuacje podczas spotkań
Umiejętność nawiązywania relacji podczas spotkań
Psychologiczne podstawy wywierania pozytywnego wrażenia
Naturalność a sztuczność zachowania i reakcje klientów
Efekty wychodzenia z dialogu i kontrolowania siebie i innych
Twoja autoprezentacja podczas spotkań - informacja zwrotna

4. POZYTYWNA PERSWAZJA I JĘZYK KORZYŚCI

Modele perswazji wzmacniające relacje: reguła wzajemności i reaktancja
Język korzyści handlowych
Modele perswazji osłabiające relacje z klientem - język straty

5. ROZUMIENIE I ROZPOZNAWANIE OSOBOWOŚCI KLIENTA

Model typów komunikacyjnych C. G. Junga
Twój antagonistą w komunikacji
Dobór argumentacji do typu komunikacji klienta
Co motywuje do zakupu i działania poszczególne typy
Czego unikać w komunikacji z poszczególnymi typami
Dostrzeganie różnic osobowości. Akceptowanie inności

6. TRUDNE SYTUACJE W SPRZEDAŻY I JAK SOBIE Z NIMI RADZIĆ

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Twoje najtrudniejsze sytuacje w sprzedaży
Trudne postawy klientów - studium przypadku
Diagnozowanie własnych zachowań i emocji w relacji z klientem
Twój styl sprzedaży - informacja zwrotna

7. SPOSOBY NA KRYTYKĘ I OBIĘKCJE KLIENTA

Cel krytyki i obiekcji
Twoje emocje podczas krytyki
Narzędzia komunikacyjne sprzyjające budowaniu dobrego klimatu
Obrona przed atakiem i ujawnianie intencji drugiej strony
Klaryfikacja komunikatów niejasnych
Przekształcanie obiekcji na pozytywne

TRENER:

Paweł Wojciechowski

Trener - Praktyk. Menedżer wyższego szczebla (Dyrektor Operacyjny, Dyrektor Handlowy), specjalista w zakresie negocjacji, zarządzania, technik sprzedaży i obsługi klienta.

Karierę zawodową rozpoczął w 2000 roku od stanowiska Przedstawiciela Handlowego w CPP Toruń Pacific (Grupa Nestle) a następnie Przedstawiciela Medycznego w Bristol-Myers Squibb. W latach 2003 - 2005 Dyrektor Operacyjny i Współwłaściciel biura podróży Ekotrek. Od 2005 roku związany z Fly Away Travel początkowo jako Account Manager a następnie Dyrektor Handlowy. Z sukcesem zarządzał działem handlowym doprowadzając do ponad 26% wzrostu sprzedaży usług całej firmy. Był odpowiedzialny m.in.: za wyniki handlowe firmy, opracowanie planów rocznych dla działu handlowego, prowadzenie negocjacji z dostawcami oraz kluczowymi klientami. W latach 2009 - 2010 Dyrektor Handlowy w Weco Travel. Odpowiadał za przygotowanie i realizację działań sprzedażowych firmy na terenie Polski. Przyczynił się do zmiany strategii marketingowej. Dzięki właściwemu zarządzaniu działem handlowym (Account i Sales Managerowie, Managerowie Oddziałów, Przedstawiciele) udało mu się utrzymać cel sprzedażowy w czasie kryzysu gospodarczego. Jako Dyrektor Handlowy był członkiem zespołu odpowiedzialnego za udział firmy w przetargach międzynarodowych. W trakcie pracy na stanowiskach Dyrektora Handlowego z powodzeniem prowadził dla swoich zespołów szkolenia i coaching sprzedażowy. Brał udział w projektach związanych z wdrażaniem i modyfikowaniem systemów CRM wspomagających pracę handlowców. Swoje doświadczenia biznesowe i handlowe zdobywał w projektach realizowanych dla firm: Becker Acroma Polska, Brinks, Ball Packaging Europe, British Sugar Overseas, Bank Gospodarki Żywnościowej, ED&F MAN, Fasing, FM Logistic, Gallaher Polska, Generali, Grupa Redan, Grupa Ogilvy66 (WPP Group), Hilti, KappAhl, Play, Neinver Polska, Noble Concierge, Raiffeisen Leasing, Samsung Electronics Polska, Stroer Polska, Seco/Warwick, Smyk, Ratiopharm, Teleca, Thomson Reuters, time:matters, Quintiles, Volkswagen Bank i wielu innych. W swojej praktyce trenerskiej zrealizował projekty min: Amsico Group, Fujifilm Sericol, Supremis Systemy Informatyczne, Fundacja Rozwoju, Hotel Arka Medical SPA, PPUH Tycner, Medela Polska, Metabo,

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



EXPO XXI, PZZ Stoisław, Toyota Material Handling Polska, Agencja Handlowa Ball, Bumar Electronica i wielu innych firm.

Ukończył Wyższą Szkołę Ubezpieczeń i Bankowości w Warszawie, Studia Podyplomowe na Politechnice Warszawskiej oraz Szkołę Trenerów TROP rekomendowaną przez Polskie Towarzystwo Psychologiczne (certyfikat trenerski na poziomie IV według Europejskich Ram Kwalifikacji (ERK).

W prowadzeniu szkoleń posługuje się elementami podejścia Gestalt, elementami metody TROP, zwracając w swojej pracy uwagę na aspekt praktycznego wykorzystania umiejętności.

Programy szkoleniowe opiera na tezie H. G. Gadamera: "Każdy dialog z cudzą myślą, prowadzony z intencją zrozumienia drugiego człowieka, jest sam w sobie rozmową nigdy niemającą końca."