

TECHNIKI OBRONY CENY

O SZKOLENIU:

Techniki obrony ceny, to szkolenie w całości poświęcone tylko jednemu zagadnieniu - skutecznym metodom radzenia sobie z obiekcjami cenowymi klientów, czyli tzw. technikom obrony ceny. Istotą skutecznego radzenia sobie z obiekcjami cenowymi klientów, tak na rynku B2B jak i w segmencie B2C, są trzy podstawowe elementy: - zmiana postawy handlowca, czyli odejście od przekonania, że "cena jest najważniejsza i klient kieruje się tylko ceną", - zdobycie wiedzy o roli ceny i obiekcji w procesie sprzedaży i negocjacji oraz zbudowanie na tej podstawie umiejętności korzystania ze skutecznych technik obrony ceny. Szkolenie "Techniki obrony ceny" łączy w sobie wszystkie trzy powyższe elementy skutecznie przygotowując handlowców do zbijania obiekcji cenowych klientów.

Grupa docelowa szkolenia "Techniki obrony ceny"

Od ponad 19 lat, podczas naszych szkoleń, wyposażamy managerów i pracowników sił sprzedaży w skuteczne narzędzia, metody i techniki handlowe. Nasze doświadczenie pozwala nam zarekomendować szkolenie z technik obrony ceny:

Managerom sprzedaży, Key Account Managerom, Specjalistom ds. Sprzedaży i Przedstawicielom Handlowym działającym na rynkach B2B i B2C.

CELE SZKOLENIA:

Szkolenie "Techniki obrony ceny" przygotowuje handlowców do profesjonalnego i skutecznego zbijania i radzenia sobie z obiekcjami cenowymi klientów:

Kończąc szkolenie z technik obrony ceny:

Zmienisz swoje postrzeganie roli ceny, obiekcji cenowych, presji rabatowej wywieranej przez klienta w procesie sprzedaży.

Nauczysz się prezentować produkt / usługę nie mówiąc o cenie.

Poznasz i nauczysz się stosować zasady profilaktyki cenowej.

Dowiesz jakie są (i zdobędziesz umiejętność) korzystania z siedmiu metod prezentacji ceny, które nie wywołują obiekcji cenowej.

Podniesiesz swój poziom asertywności w trakcie negocjacji cenowych.

Sposób prowadzenia szkolenia "Techniki obrony ceny"

Szkolenie z technik obrony ceny ma charakter bardzo praktycznego warsztatu. Podczas szkolenia weźmiesz udział w wielu ćwiczeniach indywidualnych, ćwiczeniach w małych grupach, ćwiczeniach zespołowych, scenkach, będzie rozwiązywał zadania i testy, weźmiesz udział w burzach mózgów i dyskusjach moderowanych.

Podsumowaniem każdej części warsztatowej są mini-wykłady i prezentacje prowadzone przez trenera.

3 wygodne formy realizacji szkolenia "Techniki obrony ceny"

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



Wybierz najbardziej odpowiednią dla siebie formę udziału w szkoleniu z obrony ceny.

Udział w szkoleniu otwartym. Rozwiązanie rekomendowane dla uczestników indywidualnych lub małych grup 2/3 osoby. Terminy, miejsca i cenę znajdziesz z prawej strony.

Szkolenie zamknięte dla sił sprzedaży / obsługi klienta Twojej firmy. Rozwiązanie rekomendowane dla grup 4/5 - 12 osób. Termin, miejsce szkolenia są uzgadnianie z klientem. Korzyścią jest to, że szkolenie jest prowadzone wg. dedykowanego programu uwzględniające potrzeby szkoleniowe i specyfikę funkcjonowania przedsiębiorstwa klienta.

Szkolenie online. Dedykowane e-szkolenie prowadzone na profesjonalnej platformie internetowej dla Twojej firmy / zespołu. Podobnie jak w wypadku szkolenia zamkniętego zrealizujemy je w oparciu o dedykowany program merytoryczny.

Jak klienci oceniają nasze szkolenie z obrony ceny?

Wiemy jak ważna jest w procesie podejmowania decyzji opinia rynku i klientów. Zapraszamy więc do zapoznania się z ocenami i opiniami uczestników o szkoleniu "Techniki obrony ceny" zawartymi w informacji zwrotnej "Obrona ceny. Jak nie ulec presji klienta". Proszę kliknąć w tytuł.

PROGRAM SZKOLENIA:

1. CENA, DLACZEGO STRASZY? CZY ROZMOWA O CENIE JEST NAJTRUDNIEJSZYM ETAPEM ROZMOWY HANDLOWEJ?
2. JAK ZAPREZENTOWAĆ PRODUKT, NIE MÓWIĄC O CENIE

Produkty / usługi i ich cena.

Kiedy cena jest istotna?

Dlaczego kobiety kupują małe torebki za 261.000 \$?

Dlaczego mężczyźni kupują harley’a za 800.100 \$?

3. PROFILAKTYKA CENOWA

Jak prowadzić rozmowę, aby cena była tylko jednym z wielu elementów negocjacji?

Co można zrobić już na początku rozmowy - "Rozmawiamy o rzeczach, które kosztują"

4. KIEDY JUŻ ROZMAWIAMY O CENIE… JAK ZAPREZENTOWAĆ CENĘ NIE WYWOŁUJĄC OBIEKCJI?

Metoda "kanapki"- jak narzędzia managerskie mogą przydać się handlowcom

Metoda oszczędnościowa - idealna na kryzys

Metoda porównywania - są rzeczy, które kosztują znacznie więcej

Metoda kompaktowa - w zestawie taniej

Metoda inwestycyjna - warto dobrze inwestować

Metoda bilansowa - ile stracę, gdy nie kupię?

5. NEGOCJACJE CENY TO GRA - STRATEGIE RADZENIE SOBIE Z ZARZUTAMI CENOWYMI I NIE TYLKO

5.1 Właściwe reagowanie na "zagrywki cenowe" klienta

"Ile to kosztuje i dlaczego tak drogo?"

"Tylko cena mnie interesuje"

"Taka jest polityka firmy"

"Wiem, że możecie mi dać lepszą cenę. I tak na mnie zarobicie"

"Ja znam ten rynek, wiem, ile to kosztuje"

"U konkurencji mam lepsze warunki"

5.2 Emocje - sprzymierzeniec czy wróg. Negocjator to aktor

"Ile?! To jest zdecydowanie za drogie"

"To nic wielkiego wyprodukować takie coś"

"A Pan w branży to chyba od niedawna?"

"Chcę rozmawiać z kimś kompetentnym"

5.3 Rozsądne czynienie ustępstw

"Dorzuci Pani / Pan coś na "R" (rabat) na początek współpracy"

"Dla stałych klientów na pewno coś da się zrobić"

6. TAKTYKA KLIENTA JAKO PODSTAWA DO TWORZENIA WŁASNEJ STRATEGII NEGOCJACYJNEJ

7. ZACHOWANIE ASERTYWNE W CZASIE NEGOCJACJI CENOWYCH.

Jak powiedzieć "nie"? Techniki asertywne w pracy handlowca

Jak zadbać o własne emocje

Szkolenie "Techniki obrony ceny" poprowadzi:

TRENER: