

## NEGOCJACJE I SPRZEDAŻ USŁUG

### O SZKOLENIU:

Jak sprzedaje się usługi? Niełatwo, takiej odpowiedzi udziela ponad 86% handlowców zajmujących się sprzedażą usług BtB i BtC. Sprzedaż usług wymaga wyjątkowo wysoko rozwiniętych kompetencji i umiejętności handlowych. Zwłaszcza znajomości technik radzenia sobie z porównywaniem do konkurencji, presją na obniżenie ceny czy manipulacjami negocjacyjnymi. Ten program to jedno z nielicznych szkoleń, które przygotowuje Cię do profesjonalnych negocjacji i sprzedaży usług. Uzyskasz na nim również odpowiedzi na pytania i problemy, które nurtują wielu handlowców np.:

Jak poradzić sobie z obiekcjami cenowymi klientów?

Co zrobić jeżeli po raz kolejny słyszymy "nie" od klienta?

i na kilka innych ważnych pytań. Ale to już zdradzimy na szkoleniu.

Szkolenie zostało przygotowane w ten sposób, aby uwzględnić specyfikę sprzedaży usług klientom biznesowym (BtB) i indywidualnym (BtC).

### CELE SZKOLENIA:

W czasie szkolenia Negocjacje i Sprzedaż Usług weźmiesz udział w licznych ćwiczeniach indywidualnych i zespołowych, grach negocjacyjnych. Będziesz rozwiązywał zadania problemowe i testy.

Wszystko to wraz z wiedzą i praktycznym doświadczeniem trenera, pozwolą Ci:

Dokonać analizy usług, które oferujesz oraz wyciągnąć wnioski dotyczące relacji z rynkiem, konkurencją i klientami.

Poznać i nauczyć się techniki sprzedaży i negocjacji używanych przy sprzedawaniu usług klientom instytucjonalnym (BtB) i indywidualnym (BtC).

Nauczyć się zbijać obiekcje klientów w trakcie sprzedawania usług.

Dowiedzieć się jak skutecznie radzić sobie z zastrzeżeniami dotyczącymi ceny o poznasz praktyczne i sprawdzone techniki obrony ceny w negocjacjach i sprzedaży usług.

Poznać metody budowania długotrwałych relacji z klientem, m.in. poprzez likwidację dysonansu pozakupowego.

### PROGRAM SZKOLENIA:

#### 1. USŁUGI A CO RZECZYWIŚCIE KUPUJE KLIENT?

Marketing mix o 5P w usługach

Mapa konkurencji

Cena a wartość produktu:

Struktura produktu a konkurencja

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



Wartość rzeczywista i postrzegana

Opis produktu językiem korzyści

Klient:

Targowanie się i satysfakcja psychologiczna

Motywy dokonywania zakupu

Proces decyzyjny nabywcy

## 2. CZY WYSTARCZY OBNIŻYĆ CENĘ USŁUGI?

Dlaczego nabywcy zgłaszają zastrzeżenia, co do ceny?

Miejsce obiekcji w procesie sprzedaży usług

Potrzeby klientów a powody zgłaszania obiekcji

Pożyteczne klasyfikacje obiekcji i ich rozróżnianie:

Obiekcje stopujące, szukające, warunkowe i ukryte

Zwłoka, cena, brak zainteresowania

Wymówki i zastrzeżenia o od ukrytego powodu do problemu

Sprzedać taniej, czy nie sprzedać?

Ultimatum

Wszechobecna zasada Pareto i co z niej wynika

## 3. EMOCJE I ZACHOWANIA SPRZEDAWCÓW Z UWZGLĘDNIENIEM SPECYFIKI SPRZEDAŻY USŁUG. JAK NIE USŁYSZEĆ "NIE"?

Co można zrobić w 10 sekund?

Prawidłowa postawa sprzedawcy usług

Podstawowe techniki kontroli emocji

Typowe błędy sprzedawcy usług

Fundamentalne zasady komunikacji z klientem:

w codziennej pracy

w sytuacji konfliktowej

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



Tworzenie wartości produktu w czasie prezentacji

#### 4. NEGOCJACJE WOKÓŁ CENY USŁUGI

Strategie negocjacyjne

Kiedy o cenie w negocjacjach?

Zasady kolejności i wielkości czynionych ustępstw

BATNA

Fazy negocjacji

Indywidualny styl negocjowania o diagnoza

Powody ustępowania sprzedawców

#### 5. JAK ZADBAĆ O PONOWNY KONTRAKT? CO MOŻESZ ZROBIĆ?

Czy sukces sprzedawcy oznacza porażkę kupującego?

Redukcja dysonansu pozakupowego

**TRENER:**