

# TECHNIKI SPRZEDAŻY PRODUKTÓW LUKSUSOWYCH I MAREK PREMIUM

## O SZKOLENIU:

Techniki sprzedaży produktów luksusowych i marek premium, to szkolenie, które przygotowuje uczestników do prowadzenia skuteczniejszej sprzedaży produktów i usług skierowanych do najbardziej zamożnej grupy klientów. Sprzedaż marek, produktów i usług luksusowych boryka się z jednym podstawowym błędem handlowców. Największą trudnością jest spojrzenie na produkt "oczami i portfelem" klienta. Dużo pracy wymaga nauczenie się "wyjścia ze swojej skóry" i mówienie do klienta jego korzyściami, a nie tymi, które handlowcy uważają za istotne.

Dodatkowo nieumiejętne badanie potrzeb klienta, powodowane tym samym błędem sprawia trudność z zaoferowaniu produktu relewantnego, idealnego dla klienta zainteresowanego ofertą marki luksusowej / premium. Często przez te dwa błędy handlowcy tracą potencjalnego klienta.

Kluczem do udanej sprzedaży produktów i usług luksusowych jest zmiana mentalności sprzedawcy i wytrącenie go z dotychczasowego schematu działania. Na szczęście jest to możliwe i kiedy handlowcy uczą się nowej sztuki rozmowy z klientem, następuje szybki wzrost sprzedaży przy rosnącej satysfakcji członków zespołu handlowego.

Nic tak nie frustruje jak kolejne nieudane próby i nic tak nie "dodaje skrzydeł" jak umiejętna i skuteczna rozmowa finalizująca się sprzedażą i oczarowanym obsługą klientem. Tak właśnie sprzedaje się produkty i usługi luksusowe w segmencie premium i na takie właśnie szkolenie Państwa zapraszamy.

## CELE SZKOLENIA:

Celem szkolenia "Techniki sprzedaży produktów luksusowych i marek premium" jest:

Poznanie różnicy pomiędzy produktem basic a luksusowym.

Nauczenie się "patrzenia oczami i zasobnością portfela" klienta kupującego usługi o dobra luksusowe.

Zrozumienie indywidualnych / nietypowych potrzeb klienta w segmencie premium.

Poznanie i przećwiczenie języka korzyści i nauczenie się jego tworzenia do prezentacji oferty produktów i usług luksusowych.

Nauczenie się umiejętnego dopasowania korzyści do indywidualnych potrzeb klientów zainteresowanych posiadaniem marki luksusowej.

Poznanie i przećwiczenie umiejętnego dopasowania komunikacji oraz predykatów słownych do typu osobowości klienta premium, innych niż do klienta basic.

Zmiana mentalności handlowca i nastawienia do sprzedaży produktów marek luksusowych.

Przeanalizowanie procesu sprzedaży produktów i usług w segmencie premium.

Podniesienie umiejętności handlowych uczestników.

Pogłębienie wiedzy z zakresu stosowania efektywnych technik sprzedaży marek luksusowych i premium.

Zwiększenie motywacji do sprzedaży poprzez poznanie i zastosowanie nowych skutecznych narzędzi sprzedażowych.

Zainspirowanie oraz podniesienie satysfakcji z pracy działu handlowego.

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



Grupa docelowa szkolenia "Techniki sprzedaży produktów luksusowych i marek premium"

Od ponad 18 lat efektywnie wspieramy naszą wiedzą i doświadczeniem rozwój sił sprzedaży. Szkolenie ze sprzedaży dóbr luksusowych polecamy:

Managerom handlowym kierującym zespołami sprzedażowymi w segmencie produktów i usług premium adresowanych do klienta zamożnego.

Sprzedawcom, handlowcom, KAM-om, którzy biorą udział w procesie sprzedaży produktów i usług luksusowych.

Sposób prowadzenia szkolenia ze sprzedaży dóbr luksusowych

Szkolenie "Techniki sprzedaży produktów luksusowych i marek premium" ma charakter praktycznego warsztatu, podczas którego uczestnicy nabywają umiejętności potrzebnych do skutecznej sprzedaży produktu lub usługi adresowanej do klienta z segmentu premium. Uczestnicy biorą udział w ćwiczeniach, które pozwolą na m.in.:

Przeanalizowanie "mapy postrzegania świata" klienta i zrozumienie jej wpływu na jego decyzje zakupowe.

Zmianę własnego nastawienia i motywacji.

Zbudowanie pewności siebie w kontakcie z klientem premium.

Podniesienie umiejętnego zadawania pytań i wyciągania wniosków z odpowiedzi.

Poznania wartości języka korzyści jako skutecznej techniki sprzedaży.

Poznania swojego sposobu komunikacji.

Określenie mocnych i słabych stron osobowości istotnych w kontakcie z klientem.

Podsumowaniem ćwiczeń są mini-wykłady i prezentacje prowadzone przez trenera.

3 wygodne formy realizacji szkolenia "Techniki sprzedaży produktów luksusowych i marek premium"

Szkolenie otwarte. Rozwiązanie rekomendowane dla 1 osoby lub małej grupy 2-4/5 osób. Terminy realizacji, ceny i promocje oraz zgłoszenie znajdziesz z prawej strony.

Szkolenie zamknięte. Rozwiązanie polecane dla grupy 5/6 do 12 osób z jednej firmy. Zaletą szkolenia zamkniętego jest to, że jest ono prowadzone w oparciu o dedykowany program szkolenia przygotowany pod kątem Twojej firmy. Termin, miejsce realizacji są ustalane indywidualnie z Klientem. W celu otrzymania wyceny prosimy o kontakt.

Szkolenie online. Dedykowane szkolenie online z programem przygotowanym pod kątem potrzeb i specyfiki produktu. Tylko dla Twojej firmy / zespołu. Skontaktuj się z nami aby uzyskać wycenę.

## PROGRAM SZKOLENIA:

### 1. ISTOTA PRACY SPRZEDAWCY DÓBR LUKSUSOWYCH

Niezbędna i pożądana wiedza, umiejętności i postawa

Wyzwania dla sprzedawców dóbr luksusowych w Polsce

Postawy konsumentów wobec luksusu

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



Czym jest "luksus"?

Zmiany w otoczeniu rynkowym, a popyt na produkty luksusowe w Polsce

Czym różni się produkt klasy premium od non premium

Polski użytkownik marki luksusowej

## 2. PRZYGOTOWANIE DO SPRZEDAŻY - KLUCZOWY CZYNNIK WZMACNIAJĄCY POZYCJĘ HANDLOWCA

Analiza SWOT prezentowanej oferty

Analiza potencjalnych interesów klienta

Analiza SWOT potencjału działu handlowego

## 3. NAJWAŻNIEJSZE REGUŁY I ZASADY PROFESJONALNEJ OBSŁUGI KLIENTA LUKSUSOWEGO

Umiejętne nawiązywanie relacji z klientem luksusowym

Prezentowanie oferty

Obsługa sprzedaży

Obsługa posprzedażowa

Docenianie i dowartościowanie klienta

Rekomendacje

## 4. SPOSÓB KOMUNIKOWANIA SIĘ Z OTOCZENIEM. ELEMENTY AUTOPREZENTACJI I ETYKIETY BIZNESOWEJ W SPRZEDAŻY PRZEZ TELEFON

Siła komunikacji niewerbalnej - dlaczego zwracamy szczególną uwagę na to jak się zachowujemy oraz jak odbierają nas inni

Kreowanie pożądanego wizerunku personalnego.

Techniki budowania wiarygodności przekazu: ton głosu, gesty, słowa

## 5. RZECZYWISTE POTRZEBY KLIENTA A POTRZEBY EMOCJONALNE: ROZPOZNAWANIE POTRZEB

Zadawanie pytań jako sposób dochodzenia do sedna sprawy - umiejętne zbadanie potrzeb klienta luksusowego

Klucz do zadawania pytań, które RZECZYWIŚCIE zbadają potrzeby a nie tylko deklaracje klienta luksusowego

Techniki lingwistyczne:

- parafraza - metoda na skupienie uwagi i poprawne zrozumienie- klaryfikacja, czyli zadawanie pytań w celu konkretyzacji szczegółów

Emocjonalne potrzeby określonych typów klientów

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



6. PREZENTACJA PRODUKTU W INTERAKCJI Z KLIENTEM

Motywacja klienta do zakupu produktu luksusowego  
Rola prestiżu i jak ją wykorzystać w prezentacji produktu  
Indywidualne traktowanie  
Obsługa sprzedażowa i posprzedażowa

7. CELEBRACJA SPRZEDAŻY - TECHNIKI PRZEDSTAWIANIA CENY I PREZENTACJI PRODUKTU MARKOWEGO

Zapomnij o podstawowych elementach podczas prezentacji, język korzyści (cecha, zaleta, korzyść)  
Techniki przedstawiania ceny produktów luksusowych, zasad gwarancji, budowanie marki poprzez profesjonalna obsługę i jakość  
Które korzyści produktu pozwalają go wyróżnić - jak o nie zadbać  
Dobór korzyści do określonego typu klienta - odpowiedź na oczekiwania  
Budowanie map korzyści dla oferty - praca zespołów

8. RADZENIE SOBIE Z OBIEKCJAMI KLIENTA

Emocje towarzyszące zastrzeżeniom cenowym  
Techniki przyjmowania zastrzeżeń  
Sposoby zbijania obiekcji cenowych  
Savoir-vivre kontaktu z zastanawiającym się nad decyzją klientem

9. PODSUMOWYWANIE ROZMÓW Z KLIENTEM

Jak zakończyć sprzedaż produktów luksusowych, żeby zdobyć rekomendacje

Szkolenie "TECHNIKI SPRZEDAŻY PRODUKTÓW LUKSUSOWYCH I MAREK PREMIUM" poprowadzi

**TRENER:**

Beata J. Grabiańska

Trener praktyk biznesu. Ekspert w zakresie zarządzania, sprzedaży i obsługi klienta.  
Kariere zawodową rozpoczęła w 1994 roku, jako prezenter w Radiu KOLOR. Od 1998 roku związana z Towarzystwem Ubezpieczeń i Reasekuracji WARTA S.A., początkowo, jako ekspert kierujący działem Public Relations koordynowała pracę działu prasowego i współpracę z dziennikarzami. Odpowiadała również za tworzenie programu wewnętrznego PR. Realizowała projekty sponsoringowe. W latach 2004 - 2008 ekspert w biurze marketingu WARTA S.A. zajmowała się programami wsparcia dla Biura Sieci Sprzedaży, których celem było zwiększenie sprzedaży i powiększenie liczby agentów wyłącznych. Odpowiadała za działania marketingu korporacyjnego i marketingu produktowego (kompleksowe

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



kampanie ATL i BTL).

W latach 2008 - 2010 Manager Strategii Marki w Nordisk Polska, gdzie opracowała strategię marki i działań PR dla poszczególnych produktów w zależności od grupy docelowej i celów biznesowych. Skutecznie rozwijała siły sprzedaży spółki (call center). Od 2011 roku doradca biznesowy, trener w projektach szkoleniowych realizowanych dla Kancelarii Prezesa Rady Ministrów, FAPA, Citiboard i innych. Prowadziła szkolenia z zakresu umiejętności interpersonalnych, sprzedaży i obsługi klienta, zarządzania i rozwoju biznesu.

Absolwentka Uniwersytetu Warszawskiego (Wydział Zarządzania), studiów podyplomowych "Psychologia Finansów i Biznesu dla Managerów" na WSPiZ im. L. Koźmińskiego i studiów podyplomowych "Praktyczna Psychologia Społeczna" w Wyższej Szkole Psychologii Społecznej. Ukończyła Szkołę Strategii Marki organizowaną przez Stowarzyszenie Agencji Reklamowych. Absolwentka Studium Coachingu Programowania Neurolingwistycznego - tytuł praktyka NLP.