**О ПРОГРАММЕ**

**«Эффективные продажи В2В»**

|  |  |
| --- | --- |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |

**Длительность:**

**Бизнес-тренер:** Евгений Колотилов, Лосев Сергей

**Целевая аудитория:**

**В результате этого тренинга вы:**

* Сможете отобрать клиентов у ваших конкурентов.
* Научитесь вести продажи так, чтобы клиент сам себе продал ваш продукт и вашу компанию.
* Научитесь как продавать таким образом, чтобы у клиентов не возникало возражений (а если они все таки возникнут, то вы сможете убедительно на них ответить).
* Сможете продавать без скидок и по ценам выше чем у ваших конкурентов.
* Будете получать заказы от тех клиентов, которые сказали "я подумаю".
* Научитесь писать цепляющие коммерческие предложения.
* Познакомитесь с самыми передовыми и продвинутыми техниками продаж.
* Значительно увеличите уровень собственных доходов.

**РАЗВЕРНУТАЯ ПРОГРАММА**

**«Эффективные продажи В2В»**

**День 1.**

**Секреты чемпионов продаж. Почему одни продают много и успешно, а другие мало?**

В каждой компании есть продавцы, которые продают и **больше** и лучше и успешнее чем остальные, что же их отличает от всех остальных середнячков?  И как же стать лучшим?

Об этом - в первой части нашего тренинга по продажам. Вы узнаете **секреты** настоящих чемпионов продаж.

* Уровни продаж:  транзакционные, консультационные, стратегические.
* Как стать для клиента единственным правильным выбором.
* Если все у всех конкурентов одинаково (продукт, качество, цены) – кого выберет клиент в качестве поставщика?
* Как люди на самом деле принимают решения о покупке.
* Анатомия b2b продаж.
* Продажа через обучение.
* Продажа через негативные эмоции.
* Продажа через позитивные эмоции.
* Что на самом деле люди покупают.
* Продажи первым лицам компании.
* Личные и профессиональные качества успешного менеджера по продажам и как их развивать.

**Перехват клиентов у наших конкурентов. Секреты активных продаж.**

«Для чего нужно заниматься активными продажами, не проще ли дать рекламу?» - часто спрашивают меня на тренингах начинающие менеджеры по продажам. Нет не проще.

Если размещать рекламу, клиенты будут, НО: вы не **получите самых интересных вам клиентов.** А с помощью активных продаж, вы можете сами выбирать, кому из клиентов позвонить.

Вы научитесь, как и что говорить людям в этих компаниях, чтобы они стали именно вашими клиентами.

Вы узнаете, как гарантированно обойти «злых» секретарей и что сказать руководителю компании, чтобы он захотел с вами встретиться.

* Составляем список  клиентов вашей мечты.
* Продумываем стратегию входа в каждую из этих компаний.
* Узнаем, кто именно нам нужен в компании клиента.
* Делаем звонок в нужную нам компанию, обходим секретаря и выходим на нужного нам человека.
* Проводим первый разговор с нужным нам человеком и заинтересовываем его.
* "Добиваем" клиента, который ни в какую не хочет встречаться, с помощью секретной техники.
* Прочие методы выхода на нужных людей: соц. сети, выставки, конференции, 3D маркетинг, рекомендации.
* Договариваемся с клиентом о встрече и **обходим все его возражения**:

          — Нам не нужно.

          — У нас все есть.

          — У нас уже есть поставщик.

          — Пришлите все на мейл, я посмотрю, надо будет, сами с вами свяжемся.

          — Не хочу с вами встречаться.

          — У меня нет времени.

**Первая встреча с клиентом – шанс на контракт.**

В этом блоке тренинга будем говорить о том, как эффективно провести с клиентом встречу. Это один из самых важных моментов. На первой встрече с клиентом можно приобрести нового друга, партнера и клиента на всю жизнь. Или наоборот, можно все испортить одной неосторожной фразой.

Мы пройдем с вами "за руку" через все этапы встречи, Вы получите пошаговый алгоритм проведения по-настоящему эффективной встречи, после которой клиент захочет купить.

* Начало беседы – твой шанс произвести первое впечатление
* Техника перехвата инициативы.
* Клиент с удовольствием отвечает на наши вопросы.
* Что и как спрашивать у клиента.
* Рассказываем клиенту о нашем замечательном предложении.
* Методы подачи аргументации.
* Выгодное сравнение нас с конкурентами.
* Как получить согласие от клиента.

**Клиент сказал "Дорого!" Как продать без скидок!**

Клиент сказал «У вас очень дорого», дайте скидку. Большинство менеджеров когда это слышат просто снижают цену, но делать это совершенно не обязательно.

Вы сможете продать этому клиенту и по вашей цене, даже если то же самое, что и у вас, есть в другом месте дешевле.  В этой части тренинга, мы научимся тому, как убедить клиента купить у вас по вашей цене без скидок.

* Как правильно называть цену клиенту.
* «У вас очень дорого»
* «Дайте скидку»
* «У нас не хватает денег»
* «Это не вписывается в наш бюджет»
* «В другом месте то же самое продают дешевле»

**День 2. Управление, оптимизация, работа с ключевыми клиентами.**

**Как отвечать на возражения.**

В этой части нашего тренинга по продажам вы научитесь отвечать на любые возражения клиентов, например это могут быть возражения связанные с:

* Качеством вашего продукта или вашей работы
* Сроками поставки
* Внешним видом, дизайном
* Функционалом
* Комплектацией.
* и т.п.

Вы получите методику, позволяющую убедительно отвечать на любое возражение клиента. Методика проста в запоминании, вам не нужно будет учить миллион шаблонов и фраз, поскольку она универсальна для любых возражений. Вы сможете применить ее в своей работе прямо в день тренинга.

**Как дожать клиента.**

Иногда так бывает (у вас после этого тренинга по продажам таких ситуаций станет намного меньше, но тем не менее), что встреча вроде бы и прошла замечательно, да вот только клиент почему то сразу не согласился на наше предложение.

Клиент сказал, что подумает, или, что примет решение позже. В итоге вы ждете и надеетесь, а контракта как не было,  так и нет, потому что клиент тянет, медлит с решением.

Вы узнаете, как «дожимать» таких клиентов и заключать с ними контракты. Вы получите действенные методики убеждения позволяющие получить заказ даже от консервативно настроенного клиента.

* Вы сможете заключать контракты, даже если:
* Клиент сказал «Я подумаю».
* Клиент сказал «Давайте не сейчас».
* Клиент тянет долгое время и несколько раз переносит решение о покупке.
* Клиент работает с вашим конкурентом и не хочет ничего менять.

**Коммерческое предложение, которое продаст за вас.**

Ваше коммерческое предложение, это ваша мини-презентация на бумаге. Оно может продать за вас, если правильно составлено. Вы узнаете, как написать по настоящему «цепляющие» коммерческие предложения», которые заинтересуют ваших клиентов.

* Как «купить» внимание клиента, чтобы он захотел прочитать ваше  предложение до конца и заинтересовался им.
* Какие цены указывать в коммерческом предложении.
* Что написать, чтобы клиент захотел работать именно с вами.
* Встроенные гипнотические команды в коммерческих предложениях.
* Усилители вашего коммерческого предложения.
* Как вызвать с помощью текста доверие к вам и вашей компании.

**Входящие звонки. Клиент сам нам позвонил.**

Но он ведь звонит не только к нам, а еще в кучу других мест. Скорее всего, он вносит информацию о нас и наших предложениях в табличку, и потом, заполнив эту табличку, он выберет самого дешевого.

На первый взгляд все грустно, и шансов получить заказ очень мало. Но это совсем не так.

Вы научитесь, что отвечать клиенту, который сам вам позвонил, чтобы он сделал заказ именно у вас, даже по более высокой цене, чем у ваших конкурентов.

Вы избежите самой большой ошибки всех менеджеров по продажам, которую они совершают, отвечая на вопросы клиента по телефону и научитесь заключать контракты.

* Отвечаем на вопрос «сколько стоит».
* Узнаем у клиента, куда он еще звонил.
* Узнаем про источник срочности.
* Узнаем почему он спрашивает «именно это».
* Выгодно отличаемся от конкурентов.
* Объясняем ему, почему нужно купить именно у нас.
* Получаем заказ или договариваемся с ним о встрече.
* Как сделать, чтобы клиент сам захотел приехать к нам в офис.