



Cross – selling i up – selling usług

Rekomendacja:

- dział sprzedaży
- recepcja
- SPA

CELE SZKOLENIA

- ✓ Zapoznanie uczestników z najnowszymi skutecznymi technikami sprzedaży
- ✓ Przedstawienie podstawowych zasad rozmowy handlowej z gościem
- ✓ Zapoznanie uczestników z etapami rozmowy handlowej i przećwiczenie ich
- ✓ Budowanie trwałych i efektywnych relacji z gośćmi
- ✓ Zrozumienie roli pracownika recepcji i SPA w procesie sprzedaży
- ✓ Opanowanie technik zamykania sprzedaży i oddalania obiekcji
- ✓ Zwiększenie sprzedaży poprzez zastosowanie modeli cross-sellingu i up-sellingu
- ✓ Poznanie wybranych technik wywierania wpływu w sprzedaży
- ✓ Zwiększenie motywacji pracowników recepcji i SPA w sprzedaży dodatkowych usług i rozwoju Panoramy Morskiej

ZAKRES PROGRAMOWY

1. Postrzeganie wartości produktu na rynku sprzedaży B2C
2. Cechy unikalne produktu i warunki zakupowe
 - ✓ Cecha pierwotna – to, czego nie mają inne ośrodki
 - ✓ Cecha wtórna – to czym różnimy się od innych ośrodków
 - ✓ Warunki zakupowe: finansowe, użytkowania, przekonania
 - ✓ Wykorzystanie świadomości istnienia warunków zakupowych w praktyce sprzedaży
3. Proces komunikacji interpersonalnej
 - ✓ Jak odbieramy i przetwarzamy informację
 - ✓ Wymiana informacji i komunikacja z klientem
 - ✓ Techniki zadawania pytań i aktywnego słuchania w sprzedaży
 - ✓ Zachowania niewerbalne - znaczenie i możliwości ich wykorzystania
 - ✓ Zachowania niewerbalne w rozmowie telefonicznej w kontakcie bezpośrednim

4. Rola pracownika w wyborze rozwiązania
 - ✓ Elementy perswazji lingwistycznej
 - ✓ Presupozycje i negacje
 - ✓ Konstruowanie i wykorzystanie pytań prowadzących
5. Zasady i modele sprzedaży przez telefon w formule cross – sellingu i up – sellingu
 - ✓ Zasady sprzedaży w modelu cross – selling i up – selling
 - ✓ Korzyści płynące z wykorzystania modelu
 - ✓ Warsztaty sprzedaży w modelu cross – selling i up – selling
6. Prezentacja rozwiązania językiem korzyści
 - ✓ Zadawanie pytań odnoszących się do potrzeb
 - ✓ Wzbudzanie zainteresowania klienta poprzez zadawanie pytań odnoszących się do potrzeb i je wywołujących
 - ✓ Prowadzenie prezentacji w oparciu o metodę PCKW: pochwała – cecha – korzyść – wniosek
 - ✓ Zastosowanie metody PCKW w praktyce
 - ✓ Wywoływanie chęci zakupu w oparciu o presupozycję czasu
10. Zastrzeżenia klienta i sposoby ich przełamania
 - ✓ Czy, kiedy i jak reagować na obiekcje
 - ✓ Raport – zgoda, prowadzenie, zmiana
 - ✓ Technika odczuć własnych i projektowanych
11. Techniki zamykania sprzedaży
 - ✓ Zamykanie zakładające
 - ✓ Pytania w oparciu o presupozycję ograniczonego wyboru
 - ✓ Zamykanie sprzedaży z wykorzystaniem języka czasu
 - ✓ Skala gotowości

CZAS TRWANIA I MIEJSCE

Czas trwania:

2 dni – 16 godzin

Ze względu na to, że grupa liczy 20 osób rekomendujemy ją podzielić na dwie po 10 osób każda, dzięki temu warsztat będzie bardziej efektywny.

WYCENA

3200 zł netto za dzień szkoleniowy

Istnieje możliwość częściowego rozliczenia w barterze.

Cena szkolenia obejmuje:

- ✓ Przed szkoleniem - zbadanie wiedzy uczestników szkolenia poprzez rozesłanie anonimowych ankiet
- ✓ Dojazd trenera na miejsce szkolenia
- ✓ Doprecyzowanie programu szkolenia do potrzeb klienta
- ✓ Materiały szkoleniowe
- ✓ Przeprowadzenie szkolenia w siedzibie klienta
- ✓ Wydanie certyfikatów

Powyższa propozycja nie stanowi oferty w rozumieniu prawa.