

Program: „Skuteczna rozmowa telefoniczna” – warsztat z dyktafonem
- - 2 dni – poziom podstawowy lub średniozaawansowany

Dla kogo?:

- ✦ Kadra Handlowa, Służby sprzedażowe w Organizacjach, Pracownicy, którzy mają kontakt telefoniczny z Klientami zarówno od strony sprzedaży jak i obsługi

Rezultaty szkolenia:

- ✦ Dowiesz się jak szukać właściwych klientów np. z różnych segmentów
- ✦ Będziesz wiedział/a w jakimi klientami z Twojego portfela interesować się najbardziej
- ✦ Nauczysz się jak przygotować się przed serią rozmów, aby były one skuteczniejsze
- ✦ Będziesz potrafił/a zrobić pierwsze dobre wrażenie oraz omijać sekretarki i asyistentki, które stoją Ci na drodze do rozmowy z Decydentem
- ✦ Wspólnie zbudujemy algorytmy, czyli mocne zwroty, które pomogą Ci w rozmowie z klientami zarówno w procesie badania potrzeb jak i finalizacji sprzedaży oraz obsługi
- ✦ Będziesz rozumiał/a czego unikać w rozmowie telefonicznej, aby nie narazić się na zastrzeżenie lub konflikt z klientem

Metody realizacji:

- ✦ Ćwiczenia indywidualne
- ✦ Ćwiczenia zespołowe
- ✦ Symulacje
- ✦ Case study
- ✦ Interaktywny wykład
- ✦ Testy
- ✦ Sesje z dyktafonem

Program szkolenia:

Moduł 1: Komunikacja przez telefon, jako narzędzie budowania lojalności klienta w banku – ok. 2 h

- ✦ Różnice pomiędzy sprzedażą bezpośrednią a sprzedażą przez telefon w banku.
- ✦ Głos, jako narzędzie budowania naszego profesjonalizmu.
- ✦ Elementy wypowiedzi, na które należy zwracać szczególną uwagę. Algorytmy.
- ✦ **Ćwiczenia:**
 - Rozmowy z KK, czyli kluczowymi klientami - przykłady
 - Rozmowy z WZ, czyli Wolnymi Zawodami - przykłady

Sposoby prowadzenia modułu:

Wyrównanie wiedzy z zakresu podstawowych definicji związanych z komunikacją. Analiza procesu werbalnego i niewerbalnego transferu informacji.

Przedstawienie zasad pracy z telefonem, jako uzasadnienie tezy, że „słuchawka widzi”. Improwizacja kilku scenek warsztatowych z życia firmy dla przedstawienia procesu komunikacji. Analiza procesu transferu informacji oraz sposoby jej interpretacji przez odbiorcę wiadomości na przykładzie różnych grup klientów.

Moduł 2: Dekalog telemarketera – ok. 1,5 h

- ✍ Elementy składowe w pracy telemarketera.
- ✍ Przyjmij odpowiedni rodzaj kontaktu z osobą odbierającą telefon.
- ✍ Przedstaw siebie i swoją firmę.
- ✍ Wzbudź zainteresowanie.
- ✍ Zbuduj zaufanie.
- ✍ Zadawaj właściwe pytania.
- ✍ Zaprezentuj odpowiednie argumenty.
- ✍ Stosuj prawidłowe odpowiedzi na pytania i zastrzeżenia.
- ✍ Zamknij rozmowę.
- ✍ Zakończ rozmowę.
- ✍ Zrób analizę i ustalone działania po rozmowie.

Sposoby prowadzenia modułu:

Przedstawienie uczestnikom, prawidłowych schematów postępowania w różnych rodzajach rozmów telefonicznych. Dostarczenie praktycznych narzędzi wywierania wpływu na klienta przez telefon.

Przedstawienie praktycznych sposobów prowadzenia rozmów z klientem. Budowanie bazy wiedzy firmy w zakresie dekalogu – ćwiczenia.

Interaktywny wykład z przykładami z życia firmy z omawianego zakresu.

Moduł 3: Etapy procesu sprzedaży – ćwiczenia – ok. 3,5 h

- ✍ Powitanie, przedstawienie się, okazanie chęci pomocy.
 - Rozmowy przychodzące (inbound) - przykłady
 - Rozmowy wychodzące (outbound) - przykłady
- ✍ **Ćwiczenie indywidualne – werbalna i niewerbalna strona powitania.**
 - Algorytmy „przejścia sekretarki”, – czyli sposoby dotarcia do decydentów.
 - Algorytmy „przejścia” z serwisu do tematu sprzedaży
- ✍ **Ćwiczenie w parach – algorytmy:**
 - **Dotarcia do decydentów**
 - **Przejścia z obsługi na sprzedaż**
- ✍ Rozpoznawanie potrzeb – sztuka zadawania pytań.
- ✍ Rodzaje pytań: otwarte i zamknięte, kontrolne, sugerujące i naprowadzające.
- ✍ **Poszukiwanie informacji - ćwiczenia.**

Sposoby prowadzenia modułu:

Ćwiczenia z grupą przypominające znaczenie pierwszego wrażenia – przełożenie na grunt rozmowy telefonicznej.

Omówienie na bazie konkretnych przykładów z grupy, technik wywierania wpływu na ludzi.

Przeprowadzenie mikro-scenki obrazującej dotychczasowy model sprzedaży przez telefon na bazie przykładu.

Rozpoznawanie potrzeb - ćwiczenia z dyktafonem.

Moduł 4: Tworzenie „banku użytecznych pytań”. Ćwiczenia – ok. 3 h

- ✚ Przygotowanie zestawu pytań, które można zadać klientom - ćwiczenia.
- ✚ Scenki zespołowe – Rozmowa z klientem – poszukiwanie i rozpoznawanie potrzeb.
- ✚ Naprowadzanie klienta na zakup koszyka produktowego
 - Metody na sprzedaż cross selling’ową
 - Metody na sprzedaż typu Top’Up, Roll’Up
 - Wykorzystanie CRM
 - Wykorzystanie baz TRX – (transakcyjnych)
 - Wykorzystanie baz podwyższeń
 - Wykorzystanie baz odnowień

Sposoby prowadzenia modułu:

Ćwiczenia grupowe, warsztat mający na celu wypracowanie gotowego zestawu pytań i sformułowań do pracy z klientem. Omówienie i skorygowanie najczęściej spotykanych błędów i pułapek na podstawie doświadczeń z życia uczestników.

Wypracowanie z uczestnikami zasad tworzenia „banku pytań” do klienta.

Moduł 5: Prezentacja korzyści i finalizacja rozmowy – ok. 2,5 h

- ✚ Co to jest i skąd się bierze korzyść?
- ✚ Kiedy jest czas na finalizację rozmowy?
- ✚ Zasada PCK Potrzeba-Cecha-Korzyść.
- ✚ **Zamiana cech na korzyści – ćwiczenie indywidualne.**
- ✚ Charakterystyczne sformułowania dla prezentacji korzyści.
- ✚ **Zamiana cech na korzyści – ćwiczenie zespołowe – case study.**
- ✚ **10 podstawowych socjotechnik finalizacji sprzedaży przez telefon – prezentacja i ćwiczenia**

Sposoby prowadzenia modułu:

Przedstawienie dogodnych momentów do przedstawiania oferty na podstawie przykładów z grupy.

Teoretyczne przedstawienie techniki prezentowania oferty na bazie wybranego przykładu oraz ćwiczenia z odnajdywania korzyści dla klienta i właściwej ich prezentacji na podstawie socjotechnik – w podgrupach

Krótkie inscenizacje przykładów modelowego przedstawiania oferty na bazie studium przypadku.

Moduł 6: Budowanie umiejętności radzenia sobie w „trudnych sytuacjach” ok. 3 h

- ✚ Zdefiniowanie „trudnych sytuacji” w procesie sprzedaży przez telefon.
- ✚ Strategie postępowania w „trudnych sytuacjach”.
- ✚ **Ćwiczenia – algorytmy trudnych rozmów**




Sposoby prowadzenia modułu:

Przedstawienie i przećwiczenie technik radzenia sobie z zastrzeżeniami klientów. Zbudowanie z grupą konkretnych rozwiązań problemów z ich branży z użyciem precyzyjnych sformułowań językowych. Tworzenie „recept” – skryptów do rozmów w trudnych sytuacjach.

Interaktywne uzupełnienie wiedzy na bazie wybranych przypadków z obszaru analizy transakcyjnej oraz przekazanie psycho narzędzi do łagodzenia reklamacji klientów.

Wprowadzenie i przećwiczenie psychotechnik „sprzedaży wysokiej – korzystnej ceny” oraz zdefiniowanie metod argumentacji słownej przy zastrzeżeniach cenowych klientów, wypracowanych na bazie mikro-scenek warsztatowych niezbędnych do pracy z telefonem.

Moduł 7: Pomost w przyszłość – ok 0,5 h

-  Co wykorzystam w przyszłości?
 -  Podsumowanie szkolenia. Sesja pytań i odpowiedzi.
 -  Rekomendacje do następnych działań rozwojowych
-