

TELEMARKETING DLA HANDLOWCÓW - poziom zaawansowany

O SZKOLENIU:

Telefon to bardzo skuteczne narzędzie aktywnej sprzedaży i jedna z najbardziej ci efektywnych metod dotarcia do potencjalnych klientów. Z drugiej strony jest to narzędzie często niedoceniane lub traktowane po macoszemu. A przecież w dzisiejszym świecie, kiedy wszystko dzieje się tak szybko, to często pierwszy i jedyny sposób na skontaktowanie się z klientem. Może się przecież zdarzyć tak, że cały proces sprzedaży prowadzony jest właśnie przez telefon bez osobistego kontaktu.

Aby rozmowa telefoniczna była skuteczna, warto kierować się pewnymi standardami oraz pamiętać o pewnych technikach i narzędziach które podnoszą naszą efektywność.

A jaki to techniki, dowiedzą się Państwo na naszym szkoleniu, na które zapraszamy wszystkie osoby, które wykorzystują lub planują wykorzystanie telefonu w aktywnej sprzedaży i w kontaktach nastawionych na budowanie długotrwałych relacji z klientami.

CELE SZKOLENIA:

Dzięki naszemu szkoleniu, uczestnicy podniosą swoją efektywność swoje pracy z telefonem, w szczególności w procesie sprzedaży poprzez realizację następujących celów szczegółowych:

- Poznanie zasad świadomego kreowania wizerunku firmy w rozmowie sprzedażowej
- Rozszerzenie wiedzy na temat narzędzi kontroli rozmowy telefonicznej
- Przetestowanie technik wpływających na podniesienie efektywności sprzedaży przez telefon
- Praktyczne sprawdzenie się w sytuacjach trudnych w pracy z telefonem
- Zapoznanie uczestników z psychologią i typologią klienta

PROGRAM SZKOLENIA:

1. ZANIM ZACZNIESZ DZIAŁAĆ - ZASADY PRACY Z TELEFONEM RAZ JESZCZE

- Lęk przed dzwonieniem - przyczyny i sposoby pokonania
- Planowanie i formułowanie celów rozmowy telefonicznej
- Kultura rozmowy telefonicznej

2. CZY SPRZEDAŻ PRZEZ TELEFON RÓŻNI SIĘ OD SPRZEDAŻY BEZPOŚREDNIEJ

- Telefon - bariera w procesie komunikacji
- Komunikacja werbalna i niewerbalna - jakie elementy i na ile mają znaczenie
- Jak skutecznie rozpocząć rozmowę i zrobić dobre pierwsze wrażenie

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



Przelamywanie debiutowych zagrywek klientów - czyli jak zwiększyć na dłuższą rozmowę
Typologia klientów - jak przez telefon poznać klienta

3. SYTUACJA W JAKIEJ ZNAJDUJE SIĘ KLIENT - ETAP BADANIA POTRZEB

Potrzeby psychologiczne i potrzeby merytoryczne klientów
Dwukierunkowa komunikacja jako metoda zapewniająca klienta o indywidualnym podejściu
"Zasada Pareto" w procesie komunikowaniu się z klientem
Narzędzia kontroli rozmowy - sprawdzone sposoby na budowanie pozytywnego klimatu

4. TERAZ NASZA KOLEJ, CZYLI PREZENTACJA PRODUKTU

Sztuka perswazji i argumentacji, jak efektywnie przekonywać
Sprzedawanie korzyści, a nie parametrów - "model CZK"
Język straty - uświadomienie utraconych korzyści
Radzenie sobie z zastrzeżeniami - przykłady najczęściej powtarzanych

5. TECHNIKI ZAMKNIĘCIA I POSTĘPOWANIA W TRUDNYCH SYTUACJACH

Zamknięcie próbne - zapytaj o opinię
Finalizowanie zaczyna się od początku - 8 metod zamykania sprzedaży
Trudna sytuacja czy trudny klient?
Reakcje na negatywne stwierdzenia klientów - radzenie sobie z krytyką
Asertywne reagowanie na klientów agresywnych
Reklamacja - prezent czy trudna sytuacja

TRENER:

Anna Ritter

Trener praktyk, z wykształcenia psycholog społeczny ze specjalizacją psychologia biznesu. Ekspert z ponad 15 letnim doświadczeniem managerskim w zakresie sprzedaży, negocjacji, zarządzania zespołami pracowniczymi w branży farmaceutycznej i FMCG.

Karierę zawodową rozpoczęła w 1999 roku firmie Diageo Polska, gdzie w ciągu pięciu lat przeszła wszystkie szczeble kariery, zostając ostatecznie managerem średniego szczebla w dziale HoReCa, gdzie odpowiadała za pozyskiwanie i negocjowanie kontraktów ze strategicznymi klientami firmy oraz zarządzała zespołem przedstawicieli handlowych.

W 2008 roku rozpoczęła pracę w firmie Biofarm na stanowisku Przedstawiciela Medycznego w dziale RX, gdzie z czasem, już jako Kierownik Sprzedaży odpowiadała za opracowanie krótko i długoterminowych strategii sprzedaży leków ze specjalistycznej linii neurologiczno-psychiatrycznej. Zarządzając zespołem przedstawicieli medycznych wyznaczała i monitorowała realizację celów handlowych.

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



W latach 2013-2015 pracowała jako Regionalny Dyrektor Sprzedaży w Farmacol SA. Była odpowiedzialna za sprawne funkcjonowanie działów sprzedaży oraz negocjacje umów handlowych z ogólnopolskimi sieciami aptek.

Obecnie pracuje jako Dyrektor Generalny w firmie Pharma Vitae i jest odpowiedzialna za sprawne funkcjonowanie i rozwój firmy.

Absolwentka Szkoły Wyższej Psychologii Społecznej w Warszawie (SWPS) ze specjalizacją psychologia społeczna, podspecjalizacja psychologia biznesu. Swoją pracę magisterską poświęciła metodom wywierania wpływu badając determinaty przekazów merytorycznych do leków RX w oparciu o strukturę stylów zachowań społecznych D. Merill. Kontynuuje studia podyplomowe na Uniwersytecie SWPS na kierunkach Psychologia działań managerskich oraz psychologia transportu oraz bezpieczeństwa ruchu drogowego. Trener współpracujący B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa.

Za swój największy sukces zawodowy uważa nieustanny rozwój i możliwość ciągłego podnoszenia kwalifikacji – każdorazowo zmiana pracy dawała jej szansę wejścia na kolejny szczebel kariery.

Prywatnie entuzjastka nurkowania, jazdy na motocyklu i podróżniczka.