

## TECHNIKI SPRZEDAŻY USŁUG

### O SZKOLENIU:

Kupując samochód możesz go zobaczyć, przetestować, kupując krem do twarzy możesz najpierw skorzystać z darmowych próbek i testerów, kupując bluzkę czy buty możesz je przymierzyć. Dzięki temu tak potężna bariera jak lęk przed zakupem nowych produktów, zmianą dostawcy kosmetyków czy czekolady zmniejsza się.

Sprzedaż usług to jak kupowanie kota w worku. Lęk przed zmianą dostawcy usług jest w z związku z tym dużo większy, a zatem szansa na przejście klienta konkurencji mniejsza. Jakich strategii zatem użyć, aby zbudować trwałe i rentowne relacje z obecnymi i przyszłymi klientami?

### CELE SZKOLENIA:

Celem warsztatu jest zatem opanowanie praktycznych technik, konkretnych wypowiedzi, dzięki którym możliwe będzie osiągnięcie korzystnego klimatu rozmowy, a w konsekwencji zmniejszenie lęku zakupowego klienta i doprowadzenie do finalizacji sprzedaży.

### PROGRAM SZKOLENIA:

#### 1. PROCES SPRZEDAŻY USŁUG - KLUCZOWE ELEMENTY

Potrzeby psychologiczne i merytoryczne klientów

4 typy klientów

Usługa czy relacja - co stanowi podstawę w procesie pozyskiwania klientów

Kto kieruje rozmową ten ustala warunki - sposoby na prowadzenie profesjonalnej rozmowy handlowej

Cecha + korzyść, czyli schemat prezentacji oferty

#### 2. DEBIUTOWE ZAGRYWKI KLIENTÓW, - CZYLI JAK PORADZIĆ SOBIE Z OPOREM KLIENTA NA WSTĘPIE

Klient niechętny do kontaktu

Klient zadowolony z innego dostawcy usług

Klienta nastawiony na cenę usługi

Klient nie zainteresowany

Klient "milczący" - i wiele innych sytuacji

#### 3. NEGOCJACJE TO GRA - STRATEGIE RADZENIE SOBIE Z OBIEKCJAMI CENOWYMI

Profilaktyka cenowa w sprzedaży usług

Jak prowadzić rozmowę, aby cena była tylko jednym z wielu elementów negocjacji?

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



Co można zrobić już na początku rozmowy - "Rozmawiamy o rzeczach, które kosztują"

Właściwe reagowanie na "zagrywki" klienta

"Ile to kosztuje i dlaczego tak drogo?"

"Tylko cena mnie interesuje"

"Wiem, że możecie mi dać lepszą cenę!!! I tak na mnie zarobicie"

"Ja znam ten rynek, wiem ile to kosztuje"

"U konkurencji mam lepsze warunki"

Rozsądne czynienie ustępstw

"Dorzuci Pani coś na "R" (rabat) na początek współpracy"

"Dla stałych Klientów na pewno coś da się zrobić"

## **TRENER:**

Paweł Wojciechowski

Trener - Praktyk. Menedżer wyższego szczebla (Dyrektor Operacyjny, Dyrektor Handlowy), specjalista w zakresie negocjacji, zarządzania, technik sprzedaży i obsługi klienta.

Karierę zawodową rozpoczął w 2000 roku od stanowiska Przedstawiciela Handlowego w CPP Toruń Pacific (Grupa Nestle) a następnie Przedstawiciela Medycznego w Bristol-Myers Squibb. W latach 2003 - 2005 Dyrektor Operacyjny i Współwłaściciel biura podróży Ekotrek. Od 2005 roku związany z Fly Away Travel początkowo jako Account Manager a następnie Dyrektor Handlowy. Z sukcesem zarządzał działem handlowym doprowadzając do ponad 26% wzrostu sprzedaży usług całej firmy. Był odpowiedzialny m.in.: za wyniki handlowe firmy, opracowanie planów rocznych dla działu handlowego, prowadzenie negocjacji z dostawcami oraz kluczowymi klientami. W latach 2009 - 2010 Dyrektor Handlowy w Weco Travel. Odpowiadał za przygotowanie i realizację działań sprzedażowych firmy na terenie Polski. Przyczynił się do zmiany strategii marketingowej. Dzięki właściwemu zarządzaniu działem handlowym (Account i Sales Managerowie, Managerowie Oddziałów, Przedstawiciele) udało mu się utrzymać cel sprzedażowy w czasie kryzysu gospodarczego. Jako Dyrektor Handlowy był członkiem zespołu odpowiedzialnego za udział firmy w przetargach międzynarodowych. W trakcie pracy na stanowiskach Dyrektora Handlowego z powodzeniem prowadził dla swoich zespołów szkolenia i coaching sprzedażowy. Brał udział w projektach związanych z wdrażaniem i modyfikowaniem systemów CRM wspomagających pracę handlowców. Swoje doświadczenia biznesowe i handlowe zdobywał w projektach realizowanych dla firm: Becker Acroma Polska, Brinks, Ball Packaging Europe, British Sugar Overseas, Bank Gospodarki Żywnościowej, ED&F MAN, Fasing, FM Logistic, Gallaher Polska, Generali, Grupa Redan, Grupa Ogilvy66 (WPP Group), Hilti, KappAhl, Play, Neinver Polska, Noble Concierge, Raiffeisen Leasing, Samsung Electronics Polska, Stroer Polska, Seco/Warwick, Smyk, Ratiopharm, Teleca, Thomson Reuters, time:matters, Quintiles, Volkswagen Bank i wielu innych. W swojej praktyce trenerskiej zrealizował projekty min: Amsico Group, Fujifilm Sericol, Supremis Systemy Informatyczne, Fundacja Rozwoju, Hotel Arka Medical SPA, PPUH Tycner, Medela Polska, Metabo,

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



EXPO XXI, PZZ Stoisław, Toyota Material Handling Polska, Agencja Handlowa Ball, Bumar Electronica i wielu innych firm.

Ukończył Wyższą Szkołę Ubezpieczeń i Bankowości w Warszawie, Studia Podyplomowe na Politechnice Warszawskiej oraz Szkołę Trenerów TROP rekomendowaną przez Polskie Towarzystwo Psychologiczne (certyfikat trenerski na poziomie IV według Europejskich Ram Kwalifikacji (ERK).

W prowadzeniu szkoleń posługuje się elementami podejścia Gestalt, elementami metody TROP, zwracając w swojej pracy uwagę na aspekt praktycznego wykorzystania umiejętności.

Programy szkoleniowe opiera na tezie H. G. Gadamera: "Każdy dialog z cudzą myślą, prowadzony z intencją zrozumienia drugiego człowieka, jest sam w sobie rozmową nigdy niemającą końca."