


















Budowanie relacji z klientem

Celem szkolenia jest utrwalenie umiejętności nawiązywania i pielęgnowania trwałych relacji biznesowych z klientem, celem generowania długofalowego zysku i budowania sieci kontaktów. Dzięki zastosowanej metodologii, uczestnicy po szkoleniu są w stanie zbudować porozumienie i podtrzymać relację z każdym typem klienta, niezależnie jak bardzo trudny wydawał się być do tej pory.

Szkolenie przeznaczone jest w szczególności dla osób, które spełniają przynajmniej 3 z poniższych kryteriów:

-  Do ich obowiązków należy sprzedaż produktów/usług lub/i obsługa posprzedażowa.
-  Mają problem z „utrzymaniem” zdobytego klienta, ich sprzedaż kończy się zwykle jednorazowymi sukcesami.
-  Wszystkich klientów traktują podobnie, ich klienci nie mają poczucia indywidualnego podejścia.
-  Są zainteresowane nawiązywaniem długofalowych relacji na płaszczyźnie nie tylko biznesowej.
-  Nie widzą korzyści z podtrzymywania relacji z klientem, koncentrują się na sprzedaży „tu i teraz”.
-  Wydaje im się, że są w stanie dogadać się tylko z niektórymi klientami, innych, z którymi nie rozmawia im się najlepiej, unikają.
-  Mają problemy z porozumiewaniem się z określonymi rodzajami klientów (np. z klientem dyrektywnym, klientem chaotycznym itp.)

Po szkoleniu uczestnicy:

-  Rozumieją różnice indywidualne i potrzebę odmiennego traktowania różnych klientów.
-  Potrafią porozumieć się skutecznie z każdym rodzajem klienta.
-  Są bardziej skuteczni, generują większe zyski dzięki zleceniom od stałych klientów.
-  Wiedzą jak zatrzymać klienta, potrafią długofalowo zadbać o jego potrzeby.
-  Wkładają co najmniej tyle samo wysiłku w utrzymanie klienta, co w pozyskiwanie nowego.
-  Budują długofalowe relacje z klientem, nie zadawalają się jednorazowym domknięciem sprzedaży.
-  Znają swoje silne strony i obszary rozwoju w odniesieniu do poszczególnych etapów procesu sprzedaży.
-  Potrafią skutecznie wzbudzać zaufanie i sympatię swoich klientów.

Metodologia szkolenia oparta jest na modelu Typów Umysłu C. G. Junga, na której bazują takie biznesowe narzędzia jak Insights, Extended Disc czy MBTI – dzięki czemu Klient nie płaci za autorską metodologię w. w. testów, a pomimo tego otrzymuje rezultat porównywalny do szkoleń przeprowadzonych przy ich użyciu.

Na życzenie klienta istnieje możliwość przebadania uczestników testem Insights Discovery™.

Inwestycja:

Szkolenie dwudniowe dla grupy 12-osobowej

z success fee: 9.600 PLN netto / 2 dni (4.800 PLN netto / 1 dzień)

bez success fee: 8.700 PLN netto / 2 dni (4.350 PLN netto / 1 dzień)



Przy zamówieniu szkolenia prowadzonego wg naszego standardowego scenariusza, na pewno nie zapłacisz za nie więcej, niż podana wyżej cena. **Możliwe jednak, że zapłacisz mniej.** Ewentualne rabaty na to szkolenie uzależnione są od wielkości zamówienia oraz liczebności grupy. Po szczegółową wycenę zapraszamy do kontaktu.

Program szkolenia

Dzień 1

- 🕒 Prezentacja celów i założeń całej sesji. Wprowadzenie do szkolenia.
- 🕒 Różnice indywidualne jako klucz do zrozumienia potrzeb i stylów komunikacyjnych klientów.
- 🕒 Geneza różnic indywidualnych, wprowadzenie typologii klientów bazującej na psychologicznym modelu biznesowym Insights Discovery™.
- 🕒 Styl funkcjonowania każdego z 4 typów – o czym poznać, z którym typem mamy do czynienia.
- 🕒 Style komunikacyjne każdego z czterech typów, sposoby docierania i przekonywania każdego typu.
- 🕒 Budowanie relacji z typem antagonistycznym. Co robić, czego unikać.
- 🕒 Co buduje zainteresowanie a co stresuje i odpycha – poznanie preferencji poznawczych każdego typu.
- 🕒 Reguła autorytetu vs reguła lubienia i sympatii – czym zdobędziesz autorytet a czym pozyskasz sympatię każdego z 4 typów, w jaki sposób przełożyć to na efektywną sprzedaż.
- 🕒 Podsumowanie pierwszego dnia.

Dzień 2

- 🕒 Przypomnienie wiadomości z dnia pierwszego.
- 🕒 Przygotowywanie oferty dla każdego typu klienta – na co zwracać uwagę, co podkreślać, czego unikać.
- 🕒 W jaki sposób komunikować się z klientem nie wiedząc do którego typu należy? Uniwersalne zasady skutecznej komunikacji i budowania relacji z klientem.
- 🕒 Negocjacje a budowanie zaufania.
- 🕒 Podtrzymywanie relacji z „klientem nieobecny” – cold calling. Strategie wykonywania tzw. „cold calli”.
- 🕒 Symulacje rozmów z różnymi typami klienta, bazujące na autentycznych przypadkach z realiów zawodowych uczestników. Omówienie i feedback.
- 🕒 Podsumowanie szkolenia dnia.