









# Psychologia handlu












Szkolenie powstało przy współpracy z najlepszymi aktywnymi sprzedawcami, przedstawicielami handlowymi i doradcami klienta z 5 branż (IT, finansowej, konsultingowej, rekrutacyjnej i medycznej). Stanowi zbiór najsukcesowniej dostępnych na rynku technik pozyskiwania klienta i zamykania sprzedaży, skonfrontowanych z teorią skutecznej komunikacji i wywierania wpływu społecznego. Tym samym jest to jeden z najbardziej praktycznych i dopasowanych do realiów polskiego rynku treningów, spośród wszystkich dostępnych na rynku szkoleń sprzedażowych.

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

-  Do ich obowiązków należy sprzedaż produktów/usług, niezależnie od rodzaju sprzedaży (B2B, B2C, telefoniczna, bezpośrednia itp.) i branży.
-  Nie znają teorii skutecznej perswazji lub nie potrafią przełożyć jej na praktykę.
-  Sprzedają w sposób intuicyjny, pozbawiony wzorców i fundamentu teorii sprzedaży.
-  Ich efektywność handlowa jest zbyt niska w stosunku do możliwości rynkowych.
-  Są skutecznymi handlowcami, ale potrzebują odświeżyć/doszlifować swój warsztat.
-  Nie lubią sprzedawać, a pomimo to muszą odnaleźć się w tej branży.
-  Wskutek niepowodzeń w domykanii kontraktów, ich motywacja do pracy spadła.
-  Interesują się psychologią wywierania wpływu i chciałyby podzielić się swoimi doświadczeniami z innymi praktykami z tej branży.

## Po szkoleniu uczestnicy:

-  Mają większy zapał do aktywnej sprzedaży.
-  Są bardziej skuteczni, udaje im się zamknąć więcej kontraktów.
-  Znąją i stosują w praktyce najsukcesowniej techniki perswazji psychologicznej.
-  Potrafią swobodnie rozmawiać z każdym typem osobowościowym klienta, dopasowując do niego język perswazji.
-  Potrafią dopasować techniki wywierania wpływu do sytuacji i rodzaju klienta.
-  Budują długofalowe relacje z klientem, nie zadawalają się jednorazowym domknięciem sprzedaży.
-  Znąją swoje silne strony i obszary rozwoju w odniesieniu do poszczególnych etapów procesu sprzedaży.
-  Potrafią zainteresować klienta każdym możliwym produktem/usługą.
-  Potrafią, korzystając z języka perswazji, skonstruować skuteczną ofertę pisemną.

Szkolenie kończy się dopasowanymi do realiów pracy uczestników symulacjami rozmowy z klientem, które nagrywane są na video i poddawane dokładnej analizie przez uczestników i trenera. Po szkoleniu każdy z uczestników na życzenie otrzyma bezpłatny dostęp do swojego nagrania, opatrzonego komentarzem trenera.

## Inwestycja:

### Szkolenie dwudniowe dla grupy 12-osobowej

**z success fee: 10.000 PLN netto /2 dni (5.000 PLN netto / 1 dzień)**

**bez success fee: 9.000 PLN netto / 2 dni (4.500 PLN netto / 1 dzień)**



Przy zamówieniu szkolenia prowadzonego wg naszego standardowego scenariusza, na pewno nie zapłacisz za niego 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™.
- Style komunikacyjne każdego z czterech typów, sposoby docierania i przekonywania każdego typu, ze szczególnym akcentem na zrozumienie i dopasowanie się do stylu antagonistycznego.
- Język korzyści – przypomnienie teorii języka korzyści, dopasowanie korzyści z realnych produktów/usług, których sprzedają zajmują się uczestnicy szkolenia, do różnych typów klientów.
- Przygotowanie prezentacji handlowej dla typu antagonistycznego, z wykorzystaniem wiedzy dotyczącej różnic indywidualnych i dopasowanego do nich języka korzyści.
- Omówienie prezentacji, feedback dla uczestników
- Podsumowanie pierwszego dnia.

### Dzień 2

- Przypomnienie informacji z dnia pierwszego.
- Teoria i praktyka komunikacji perswazyjnej: słowa których należy używać świadomie w celu otwierania i zamykania sprzedaży.
- *Value proposition* – wykorzystywanie języka perswazji w celu konstruowania oferty handlowej.
- Psychologia tzw. wyboru pozornego: wykorzystywanie alternatywy, kontrastu i prowokacji.
- Zasady wywierania wpływu społecznego, teoria prof. R. Cialdiniego w praktyce handlowej.
- Techniki perswazji bazujące na zasadach Cialdiniego: jak i kiedy z nich korzystać, silne i słabsze strony sprzedaży opartej na perswazji psychologicznej.
- Symulacje rozmów handlowych bazujących na sytuacjach zaczerpniętych z codziennej praktyki zawodowej uczestników. Symulacje są nagrywane na video, następnie odtwarzane i szczegółowo omawiane przez trenera i pozostałych uczestników.
- Podsumowanie szkolenia.

