
SPRZEDAŻ TRANSFORMACYJNA



Dla kogo:

- osoby zarządzające firmą
- dział sprzedaży
- dział zakupów

Czego się nauczysz:

- Jak spowodować żeby klient chciał kupić
- Jak zwiększyć skuteczność i swój zysk
- Poznasz 5 etapowy proces sprzedaży
- systemowego podejścia do procesu sprzedaży

Co zyskasz:

- satysfakcjonującą marżę
- nowych klientów
- perfekcyjne przygotowanie do procesu sprzedaży
- unikalną wiedzę na temat sprzedaży nielinearnej

1. Rozumieć Nową Rzeczywistość – zarządzanie w CHAOSIE i nowa inżynieria planowania strategicznego
2. Warianty Sprzedaży Transformacyjnej dla reprezentowanych przez uczestników branż (B2B i B2C)
3. Strategia dywersyfikacji stylów sprzedaży
4. Od klasycznego modelu „sprzedaży naturalnie rozdrobionej” do modelu Transformacyjnego (dywersyfikacja strategiczna)
5. KOMUNIKACJA NIEANTAGONIZUJĄCA™
Jak budować takie zaufanie, aby klient chciał kupić "tylko" ode mnie?
Mechanizm Akceptacji – główne narzędzie skutecznej komunikacji
„Uciezka ze złą w dobro” – negocyjna odmiana dysonansu poznawczego dla handlowców
6. MYŚLENIE I DZIAŁANIE SYSTEMOWE™ (MiDS) – w życiu handlowca
Algorytmy Sprzedaży – klucz do spokoju, bezpieczeństwa i skuteczności
Budowanie algorytmów – ćwiczenia na przykładach uczestników
7. Pudełko Komunikacji™ - a sprzedaż
Komunikacja Nieantagonizująca™
Komunikacja Ekstrakcyjna™
Challenger Sales - najsukuteczniejsze podejście do sprzedaży
8. Pięcio-etapowy Proces Sprzedaży
Inżynieria eliminacji klasycznego ofertowania
Inżynieria budowania dobrej marżowości
9. Model IV Generacji Sprzedaży
Inżynieria – budowa i działanie modelu
Wdrożenie – kluczowe czynniki sukcesu procesu wdrożeniowego
Planowanie sprzedaży – od lejka sprzedażowego po System Zarządzania Czasem
10. Model V Generacji Sprzedaży
Rozumieć nielinearność – sprzedaż maksymalizująca™
Nielinearny proces sprzedaży - budowa i działanie modelu
Wdrożenie – kluczowe czynniki sukcesu
11. ELEMENTY NEGOCJACJI HANDLOWYCH – wiedza i ćwiczenia
Nie argumentuj – podstawowa zasada w negocjacjach zawodowych
Przygotowanie procesu negocyjnego – kluczowe pojęcia
Metodyka – modele negocjacji asertywnych
Realizacja planu rozmowy negocyjnej
Etapy negocjacji
Trudne sytuacje negocyjne – trening algorytmów sprzedażowych i obsługi klienta

KOMPENDIUM
MBA

FINANSE
ZARZĄDCZE

SPRZEDAŻ
TRANSFORMACYJNA

SZTUKA
ZAWODOWYCH
NEGOCJACJI

NOWY
MANAGER

HR

TSL

MBA II

REWOLUCJA
W BIZNESIE

PRZYWÓDZTWO
ŚREDNIEGO SZCZEBŁA