Jak prodávat bez nátlaku: Praktické postupy, které vám přinesou více objednávek z každého jednání se zákazníky

01.06.2017 08:30 - 01.06.2017 15:30 - Prodej a jednání se zákazníky - Praha, Malletova 1141

Stydíte se...
Je vám to trapné...
Úplně se u toho ošíváte...

Šéf vám sice pořád opakuje, že máte "nabízet".
Ale když máte "prodávat", máte u toho pocit,
že zákazníkovi vnucujete něco, co nechce.
A cítíte se trapně.

Dobrou zprávou je, že takových nás je většina: Prodávání nám není přirozené.

Ještě lepší zprávou ale je to, že nemusíte "prodávat", ale přesto můžete se zákazníkem promluvit přirozeně tak, že ho vaše zboží a služby zaujmou... a projeví o ně zájem.

Jak?

Už žádné nucené úsměvy.
Už žádné naučené věty.
Už žádné hrané kamarádství.

Jednoduše budete říkat jen to, co je vám přirozené. Zákazníkovi nebudete nic vnucovat. A celý přirozený postup si natrénujeme na speciálním semináři "Jak prodávat bez nátlaku: Praktické postupy, které vám přinesou více objednávek z každého jednání se zákazníky".

Celý systematický postup se dozvíte na semináři, na kterém si ukážeme...

Jak si telefonicky domluvit schůzku

- Jak zahájit rozhovor tzv. "kontaktní" otázkou
- Jak se správně představit a proč je to důležité
- Jak vám pomůže tzv. "odrazový můstek"
- Jak zákazníkovi vysvětlit, co mu vaše nabídka "přinese"
- Jak využít "metodu alternativ" a čeho tím dosáhnete
- Co je tzv. "bumerangová metoda" a jak vám pomůže reagovat na nezájem
- Jak reagovat na námitku, že je zákazník spokojený se současným stavem

Jak se chovat při vlastním jednání

- Jakou chybu můžete udělat při prvním kontaktu se zákazníkem
- Proč můžete nadměrnou snahou prodat zákazníka odradit
- Co musíte udělat před tím, než začnete mluvit
- Na čem se musíte se zákazníkem shodnout, než pokročíte dál
- Jak zjistit, jestli je zákazník vůči vaší firmě nebo produktům nějak předpojatý
- Jak posoudit, jestli může zákazník rozhodnout o objednávce okamžitě

Jak vaše produkty a služby prezentovat

- Proč se nesnažit popsat všechny přednosti najednou (a co tím riskujete)
- Jakou taktikou navodíte atmosféru "důvěry"
- Jak si ověřit, zda zákazník považuje předváděné parametry za důležité
- Co způsobuje v zákazníkovi touhu váš produkt vlastnit
- Jak si kontrolními otázkami ověřit zákazníkovy reakce
- Jak správně uvádět reference lidí, kteří výrobek již využívají

Jak vyřizovat reklamace bez negativních dopadů na prodej

- Jak při vyřizování reklamací postupovat
- Jak zákazníkovi umožnit, aby "vypustil páru"
- Jak projevit pochopení a kdy poděkovat i za nepříjemná slova
- Proč se omluvit pouze jednou a kdy
- Jak s reklamací dál pracovat, aby se neopakovala

Jak uvést, vysvětlit a obhájit cenu

- Co musíte říci před tím, než vyslovíte cenu
- Jak cenu vašich produktů a služeb opticky snížit
- Jak představit cenu v "časové perspektivě"
- Kdy a jak přejít do protiútoku a korigovat zákazníkovy výroky k ceně
- Jak správně reagovat na výrok "je to moc drahé"

Jak úspěšně vyjednávat o ceně

- Čím si můžete sami zavinit, že od vás zákazník bude požadovat slevu
- Proč přiznat, že nejste nejlevnější
- Proč obhajovat cenový rozdíl a ne vlastní cenu
- Jak dát najevo, že nepotřebujete získat zakázku za každou cenu
- Čím podmínit jakýkoliv ústupek v ceně
- Jak reagovat, když zákazník řekne "ne" a kdy vyrukovat s posledním ústupkem

Jak postupně překonat námitky

- Jak zjistit, z čeho pramení zákazníkův strach z nákupu
- Proč a jak proměnit námitky v otázky
- Kdy a jak změkčit své protiargumenty částečným souhlasem
- Co je "asijská hluchota" a kdy ji použít
- Jak reagovat na agresivní otázky

Jak a kdy požádat o objednávku

- Jak si závěr rozhovoru připravit pravidelnými kontrolními otázkami
- Jak si ověřit, zda je zákazník připraven uzavřít objednávku
- Proč se vyvarovat přehnaného argumentování
- Proč do závěrečného návrhu zařadit "nedůležitou" alternativu
- Jak zákazníkovi "prodat" přednosti okamžitého rozhodnutí

Komu pomůže tento prakticky orientovaný den nejvíce

Tento seminář je určen všem pracovníkům vaší firmy, kteří se při nabízení vašich produktů a služeb setkávají u zákazníků s nezájmem, námitkami nebo odmítnutím. Na semináři pochopí, jak mohou získat objednávky "přirozeným" vzbuzením zájmu. Ti zkušenější si ověří, na co při prodeji nevědomky zapomínají a zbytečně se tak připravují o objednávky. A všichni poznají některé nové postupy, které mohou při jednání se zákazníky ihned využít. Ze semináře si navíc odnesou i 130-bodový seznam metod, nápadů a postupů, jak se dále zlepšovat.

Jak hodnotí účastníci předchozí semináře tohoto lektora

"*Styl přednášení, zpracování textového materiálu k semináři, příklady z praxe podané zábavnou zapamatovatelnou formou.*" Jaroslav Meduna
"*Přednášející + téma. Skvěle popsané konkrétní tipy a rady, použitelné v praxi.*" Tomáš Kroča
"*Poutavý výklad lektora, příklady z praxe, upozornění na časté chyby, kterých se prodejci často dopouštějí, návrhy řešení.*" Věra Koníčková

Objednejte si tento seminář pouze pro vaše pracovníky

Pokud chcete v této oblasti zdokonalit více pracovníků najednou, tento seminář (nebo jemu podobný) můžeme uspořádat i v termínu a místě, které si určíte sami a pouze pro vaše pracovníky. (K dosažení efektivního přínosu stačí pro realizaci semináře již skupina 8 - 12 účastníků.) Zatelefonujte na 585 227 076 nebo napište na namiru@cvc.cz a my pro vaše pracovníky připravíme nezávazný návrh vzdělávacího programu "na míru".

- Typ: Prodej a jednání se zákazníky
- Lokalita: Praha
- Datum konání: 01.06.2017 08:30 - 01.06.2017 15:30
- Úroveň: Nevyžaduje předchozí znalost tématu
- Cena semináře: 2 950 Kč bez DPH

Přihlášení na seminář

Jak prodávat bez nátlaku: Praktické postupy, které vám přinesou více objednávek z každého jednání se zákazníky

Lokalita Praha

Datum konání: 01.06.2017 08:30 - 01.06.2017 15:30

Přihlásit se na seminář +420 585 227 076

Lektor

Ing. Miroslav Brábník, CSc.

Ing. Miroslav Brábník, CSc. je expertem v oblasti strategického marketingového řízení, plánování a prodejních dovedností. Radí firmám po celé ČR a vystupuje jako lektor, poradce a trenér v oblasti marketingu, managementu a prodejních dovedností. Mezi jeho klienty patří např. Metalimex, Alinvest, VZP, Auto-Staiger, Nord Trappers a další. Je certifikovaným lektorem CIMA a členem České manažerské asociace a České marketingové společnosti.