Sám sebou a přitom zákazníky žádaný: Jak bez frází a bez přetvářky získat víc nadšených zákazníků než falešnými úsměvy

Na objednávku - Pracovní efektivita a sebemotivace

Slyšíte to od nich každý den:

"*Rád bych vám nabídnul blablabla...*"
"*Má to tu výhodu, že blablabla...*"
"*A nejlepší na tom je, že blablabla...*"

Dotyčný se vám snaží odprezentovat svou nabídku.
Ale vy slyšíte jen "blablabla".

Smutné přitom je, že totéž bohužel "slyší" i vaši zákazníci.

Proč?

Jakmile totiž moderní zákazník slyší prodejní fráze, přestane poslouchat.
Jakmile vycítí, že říkáte všem totéž, vypne vnímání.
A jakmile získá pocit, že jen "prezentujete", odradíte ho navždy.

Koupit to přitom chce (jinak by se o to nezajímal).
Ale objednávku dá až tomu, komu skutečně uvěří:

Nejlepší výsledky nemají tedy vystajlovaní hezouni nebo umělohmotné barbíny.
Zákazníci dnes požadují opravdovost, skutečný zájem a otevřenost.
Tedy žádnou přetvářku či prázdné fráze.
A když zjistí, že sice nejste dokonalí, ale nesete svou nabídku i srdce na dlani, dají přednost právě vám.

Upřímnost a otevřenost přitom neznamená, že máme veřejně prát špinavé prádlo. Že máme nadávat na šéfa. Nebo že máme každému tykat a chovat se jako staří kamarádi.

Zákazníkovo rozhodnutí, že chce dát právě na vaše doporučení, pramení z celého vašeho postoje

... a vysvětlení toho, jak se zbavit dinosauřích návyků a uspět před moderními zákazníky, se dozvíte na speciálním semináři "Sám sebou a přitom zákazníky žádaný: Jak bez frází a bez přetvářky získat víc nadšených zákazníků než falešnými úsměvy".

Jak vám tento seminář pomůže v každodenní praxi

Na semináři se například dozvíte:

- Jak se liší dnešní zákazníci od těch včerejších
- Co je pro moderní zákazníky důležitější víc než cena
- Co považují moderní zákazníci za podstatné (a co ne)
- Kdy nás bude moderní zákazník vnímat (a kdy ne)
- Co od nás očekává dnešní zákazník (a kdy je ochoten tolerovat nedostatky)
- Čím si můžeme k modernímu zákazníkovi navždy otevřít (nebo zavřít) dveře

Dozvíte se také:

- Kolik toho prozrazujeme o sobě a svých pocitech, aniž bychom promluvili
- Jak k nám mlčky mluví i zákazníci, dodavatelé a ostatní (a jak to číst)
- Proč je první dojem stále důležitý (stejně jako ten druhý)
- Kdy a jak prozradí naše řeč těla, co si skutečně myslíme (a schováváme)
- Jak číst rozdíly mezi řečí těla mužů a žen (a kdy totéž znamená něco jiného)

Dále uslyšíte:

- Kdy vznikne u zákazníka pocit, že nám může věřit
- Jak ovlivňujete své chování vnitřním postojem (a co může být příčinou)
- Z čeho zákazník pozná, že nabídce sami nevěříme (a jak to změnit)
- Kdy není ostudou přiznat své nedostatky nebo neznalost
- Jaký vliv má na zákazníky uznání chyby nebo neznalosti
- Jak si zkontrolovat, zda říkáme slovy, tělem, chováním a postojem totéž

Na semináři také zjistíte:

- Jak působí na ostatní naše "prezentace"
- Kolik z toho, co říkáme, zákazníky skutečně zajímá (překvapení!)
- Kdy stačí říct jen desetinu a přesto zákazníka přesvědčit
- Jak vybrat argumenty, které použít (a které naopak nezmiňovat)
- Jak autenticky reagovat na nepříjemné otázky
- Podle jakých reakcí zjistit, zda nás zákazník sleduje a chápe
- Čím doplnit naše vysvětlení, pokud jsme zákazníka ztratili

A ještě se dozvíte:

- Proč zákazník slyší vždy jen část toho, co mu říkáme
- Jak si lidé vybírají, co budou vnímat (a co ne)
- Kdy má smysl opakovat (a jak, abychom nezněli jako kolovrátek)
- Jak rozpoznat, že "porozuměl, pochopil a vstřebal"
- Kterých "dinosauřích" prodejních frází se určitě zbavit
- Jak vycítit, že zákazník nechápe či nesouhlasí (a zda se zeptat na důvody)
- Čím kdykoliv odradit zákazníka od další spolupráce
- Jak bude zákazník sledovat naše další chování a na co nezapomenout

Komu je tento seminář určen

Tento seminář je určen obchodním zástupcům, prodejcům, dealerům a firemním reprezentantům, kteří cítí, jak se zákazníci a jejich požadavky mění... a nechtějí skončit jako prodejní dinosauři

(těžkopádní, zastaralí a neefektivní). Na semináři se dozvědí, jak opustit zajeté koleje nátlakových prodejních technik. Připomenou si, jaké pocity mívají z jednání s různými prodejci oni sami. A pochopí, jak s moderními zákazníky jednat tak, aby si získali jejich důvěru a zákazníci dali na jejich doporučení.

Jak hodnotí lektorku účastníci předchozích seminářů

"*Pestrost, dobrá atmosféra, kolektivní práce, diskuse, osobnost lektora.*" Alena Bartoňová
"*Velmi dobrá forma "škola hrou" - názornost, praktické kroky atd.*" Lubomír Jedlička
"*Aktivní účast, příjemná lektorka, malý počet účastníků.*" Markéta Kašičková

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: Pracovní efektivita a sebemotivace
- Úroveň: Nevyžaduje předchozí znalost tématu
- Cena semináře: 2 950 Kč bez DPH

Přihlášení na seminář

Sám sebou a přitom zákazníky žádaný: Jak bez frází a bez přetvářky získat víc nadšených zákazníků než falešnými úsměvy

+420 585 227 076