

Karta szkolenia

Nazwa szkolenia

Podstawy prospectingu

Forma szkolenia

Szkolenie realizowane jest online za pośrednictwem platformy ZOOM / stacjonarnie (w sali szkoleniowej Rezerwo) / stacjonarnie w siedzibie klienta.

Długość szkolenia

Szkolenie trwa 6 godzin zegarowych i realizowane jest w ciągu 1 dnia szkoleniowego. Przerwy są integralną częścią usługi wliczone w czas jej trwania. Przewidziane są również drobne przerwy wynikające z dynamiki grupy i fizjologicznych potrzeb człowieka nie uwzględnione w harmonogramie.

Grupa docelowa

Szkolenie kierowane jest do osób nieposiadających lub posiadających bardzo podstawową i nieustrukturyzowaną wiedzę i kompetencję prowadzenia prospectingu telefonicznego

Cel szkolenia

Szkolenie Podstawy prospectingu przygotowuje uczestnika do samodzielnego prowadzenia prospectingu telefonicznego.

Program szkolenia

Moduł 1: Prospecting w sprzedaży B2B

- czym jest prospecting i jaka jest jego rola w sprzedaży,
- źródła pozyskiwania kontaktów,
- różnica między sprzedażą a pierwszym kontaktem.

Moduł 2: Przygotowanie do rozmowy

- analiza źródła kontaktu,
- przygotowanie do rozmowy,
- określenie celu pierwszego kontaktu,
- najczęstsze błędy na etapie przygotowania.

Moduł 3: Struktura rozmowy sprzedażowej

- otwarcie rozmowy,
- przedstawienie powodu kontaktu,
- pytania kwalifikujące,
- reakcja na obiekcje,
- podsumowanie rozmowy,
- ustalenie kolejnego kroku.

Moduł 4: Postawa handlowca

- profesjonalna postawa w rozmowie,
- radzenie sobie z odmową,
- kultura rozmowy handlowej,

Moduł 5: Ćwiczenia praktyczne

- przygotowanie skryptu prospectingowego,
- inscenizowane "rozmówki".

Moduł 6: Walidacja efektów uczenia się

Efekty uczenia się, kryteria weryfikacji oraz metody walidacji

Efekt uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Identyfikuje i rozróżnia działania prospectingowe w procesie sprzedaży B2B	opisuje rolę prospectingu	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	wskazuje źródła pozyskiwania kontaktów	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	rozróżnia działania sprzedażowe od działań prospectingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
Uczestnik przygotowuje się do rozmowy prospectingowej w oparciu o analizę źródła oraz określony cel kontaktu.	analizuje źródło pozyskania kontaktu przed rozmową	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	planuje przebieg rozmowy w oparciu o dostępne informacje	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	określa cel pierwszego kontaktu	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	identyfikuje błędy na etapie przygotowania do rozmowy	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
Uczestnik prowadzi rozmowę prospectingową zgodnie z ustaloną strukturą	otwiera rozmowę w sposób adekwatny	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	przedstawia powód kontaktu	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad

		swobodny.
	zadaje pytania kwalifikujące, wynikające z celu rozmowy	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	reaguje na obiekcje klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	podsumowuje rozmowę oraz ustala kolejny krok	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
Uczestnik stosuje profesjonalną postawę handlową podczas rozmowy prospectingowej.	utrzymuje profesjonalną postawę w trakcie symulowanej rozmowy	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	reaguje na odmowę klienta w sposób zgodny z zasadami kultury sprzedaży	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	stosuje zasady kultury komunikacji handlowej	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
Uczestnik opracowuje kompletny skrypt prospectingowy oraz prowadzi symulowaną rozmowę prospectingową z wykorzystaniem nabytych umiejętności.	opracowuje skrypt prospectingowy	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	stosuje przygotowany skrypt podczas symulowanej rozmowy	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	prowadzi rozmowę zgodnie ze strukturą	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.

Harmonogram

Harmonogram zostanie dostarczony uczestnikom szkolenia za pośrednictwem poczty email nie później niż na 7 dni przed rozpoczęciem szkolenia.

Cena szkolenia

Cena z jednego uczestnika 984 zł brutto (800 zł netto).

Cena za osobogodzinę 164 zł brutto (133,33 zł netto).

Kadra

Szkolenie prowadzi Dawid Mirocha ([sprawdź na stronie](#)). Szczegółowe informacje, m.in. o osobie walidującej szkolenie, zostaną dostarczone uczestnikom szkolenia za pośrednictwem poczty email nie później niż na 7 dni przed rozpoczęciem szkolenia.

Informacje dodatkowe

Po zakończeniu szkolenia przeprowadzona zostanie ewaluacja szkolenia w formie ankiety anonimowej. Celem ewaluacji jest ocena pracy trenera, jakości szkolenia oraz jego przydatności. Informacje wynikające z ewaluacji pozwolą wdrożyć niezbędne zmiany w kolejnych edycjach szkolenia, aby jeszcze lepiej dostosować się do potrzeb uczestników.

Walidacja

Walidacja efektów uczenia się zostanie przeprowadzona w formie **rozmowy w warunkach symulowanych**, z wykorzystaniem metody **obserwacji w warunkach symulowanych oraz wywiadu swobodnego**.

Każdy Uczestnik podczas szkolenia **opracowuje własny skrypt rozmowy prospectingowej**, a następnie **prowadzi rozmowę prospectingową zgodnie z przygotowanym skryptem**, w której walidator wciela się w rolę klienta.

Warunkiem pozytywnego zaliczenia szkolenia jest:

- przygotowanie **poprawnego skryptu rozmowy prospectingowej** (minimum 90% spełnionych kryteriów zgodnie z arkuszem obserwacji),
- **prawidłowe przeprowadzenie rozmowy prospectingowej w warunkach symulowanych** (minimum 90% spełnionych kryteriów zgodnie z arkuszem obserwacji).

Jak przygotować się do szkolenia?

Uczestnik nie musi posiadać specjalistycznej wiedzy ani doświadczenia w sprzedaży B2B. Zalecane jest zapoznanie się z zakresem własnej roli zawodowej oraz gotowość do aktywnego udziału w ćwiczeniach praktycznych, w tym w symulowanych rozmowach sprzedażowych.

Minimalne wymagania

Platforma / komunikator / sala zajęciowa

Sala zapewniająca komfortowe i bezpieczne warunki pracy dydaktycznej, dostosowanej do liczby uczestników. Sala powinna być zamknięta, ogrzewana (lub klimatyzowana), dobrze oświetlona oraz umożliwiać swobodną komunikację pomiędzy uczestnikami i trenerem. Wymagane jest wyposażenie sali w stoły i krzesła dla wszystkich uczestników, umożliwiające pracę warsztatową, a także dostęp do energii elektrycznej. Niezbędne jest również zapewnienie dostępu do stabilnego połączenia internetowego (najlepiej Wi-Fi) oraz sprzętu multimedialnego: rzutnika lub ekranu/telewizora umożliwiającego wyświetlanie prezentacji, wraz z możliwością podłączenia komputera trenera. Sala powinna spełniać podstawowe wymagania BHP oraz zapewniać dostęp do zaplecza sanitarnego. Niezbędne jest zapewnienie stanowisk pracy z dostępem do komputerów lub możliwość korzystania z własnych urządzeń uczestników (BYOD).

Zgłoszenie szczególnych potrzeb

Jeżeli użytkownik szkolenia zgłasza szczególne potrzeby może to zrobić w sposób opisany w deklaracji dostępności (<https://rezervo.pl/procedury-i-dokumenty/>) w szczególności korzystając z formularza dostępności (<https://rezervo.pl/formularz-dostepnosci/>)

Źródła wiedzy

Źródłami wiedzy wykorzystywanymi podczas szkolenia są publikacje w języku polskim z zakresu sprzedaży i prospectingu B2B, w szczególności **SPIN Selling. Skuteczne techniki sprzedaży** (autor Neil Rackham). Wiedza ta jest uzupełniona doświadczeniem trenera popartym jego pracą z zespołami sprzedażowymi.