

KARTA USŁUGI ROZWOJOWEJ

Szkolenie:

Podstawy skutecznej sprzedaży

Od pierwszego kontaktu do potwierdzonego zamówienia.

Forma szkolenia:

**Otwarte lub zamknięte, stacjonarnie, online lub
hybrydowo**

Czas trwania:

1 dzień szkoleniowy

6 godzin dydaktycznych (6 x 45 min + przerwy)

Grupa docelowa:

Pracownicy działu sprzedaży, w szczególności:
handlowcy, doradcy klienta, osoby prowadzące rozmowy
sprzedażowe

Cel rozwojowy szkolenia

Celem szkolenia jest rozwój kompetencji sprzedażowych uczestników w zakresie prowadzenia rozmów sprzedażowych w branży medycznej, w tym:

- rozpoznawania potrzeb klienta,
- prezentowania oferty w języku korzyści,
- reagowania na obiekcje,
- etycznego i skutecznego domykania sprzedaży.

Efekty uczenia się

Wiedza

Po ukończeniu szkolenia uczestnik:

- zna etapy procesu sprzedaży,
- rozumie mechanizmy podejmowania decyzji zakupowych przez klientów,
- zna różnicę pomiędzy cechą produktu, korzyścią i wartością dla klienta.

Umiejętności

Po ukończeniu szkolenia uczestnik potrafi:

- prowadzić rozmowę sprzedażową według określonej struktury,
- zadawać pytania odkrywające potrzeby klienta,
- prezentować ofertę w języku korzyści adekwatnych do branży medycznej,
- reagować na najczęstsze obiekcje klientów,
- stosować podstawowe techniki domykania sprzedaży.

Kompetencje społeczne (postawy)

Po ukończeniu szkolenia uczestnik:

- buduje relacje z klientem w sposób etyczny i oparty na zaufaniu,
- komunikuje się w sposób odpowiedzialny i prokliencki,
- potrafi przyjmować informację zwrotną i doskonalić swoje działania sprzedażowe.



Program szkolenia

Moduł 1: Specyfika sprzedaży

- sprzedaż jako proces doradczy
- odpowiedzialność komunikacyjna
- rola zaufania i relacji

Moduł 2: Proces sprzedaży krok po kroku

- etapy procesu sprzedaży
- momenty decyzyjne klienta
- najczęstsze błędy w rozmowie sprzedażowej

Moduł 3: Diagnozowanie potrzeb klienta

- pytania otwarte i pogłębiające
- aktywne słuchanie
- identyfikacja realnych potrzeb

Moduł 4: Prezentacja oferty

- cecha, korzyść, wartość
- język klienta vs język branżowy
- dopasowanie komunikatu

Moduł 5: Praca z obiekcjami klienta

- najczęstsze obiekcje w branży medycznej
- schemat reagowania na obiekcje

Moduł 6: Domykanie sprzedaży

- sygnały gotowości zakupowej
- miękkie techniki zamknięcia
- podsumowanie rozmowy

Moduł 7: Podsumowanie

- wnioski ze szkolenia
- plan zastosowania wiedzy w praktyce

Metody i formy pracy

Szkolenie prowadzone jest w sposób warsztatowy, aby jak najbardziej aktywizować uczestników. Każdy moduł rozpoczyna się od mini-wykładu wprowadzającego w temat i wyjaśniającego zagadnienia. Następnie przybiera formę ćwiczeniową jak analiza przypadków, praca w grupach oraz symulację rozmów sprzedażowych.

Walidacja efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się odbywa się poprzez obserwację ustrukturyzowaną uczestników podczas symulacji rozmów sprzedażowych.

Trener ocenia osiągnięcie efektów uczenia się na podstawie arkusza walidacyjnego, zawierającego kryteria odnoszące się do umiejętności i kompetencji społecznych, w szczególności:

- reagowanie na obiekcje klienta,
- stosowanie poznanych technik sprzedażowych,
- komunikowanie się językiem korzyści,
- zachowanie struktury rozmowy sprzedażowej,
- postawa prokliencka.

Warunkiem uznania osiągnięcia efektów uczenia się jest uzyskanie minimum 85% pozytywnych ocen w arkuszu walidacyjnym.

W przypadku nieosiągnięcia wymaganego progu uczestnik otrzymuje informację zwrotną oraz możliwość ponownego wykonania zadania.

Ewaluacja szkolenia

Ewaluacja szkolenia przeprowadzana jest po zakończeniu szkolenia w formie ankiety ewaluacyjnej i obejmuje ocenę przydatności szkolenia, ocenę stopnia realizacji celów, ocenę pracy trenera, deklarację wykorzystania i wdrożenia zdobytej wiedzy w codziennej pracy.



Prowadzący szkolenie

DAWID MIROCHA

ZAŁOŻYCIEL REZERVO

Trener i praktyk sprzedaży z doświadczeniem w pracy handlowej oraz prowadzeniu szkoleń sprzedażowych. Specjalizuje się w sprzedaży doradczej, komunikacji z klientem oraz rozwijaniu kompetencji sprzedażowych zespołów.

Źródła wiedzy

- Doświadczenie zawodowe prowadzącego szkolenie w obszarze sprzedaży oraz prowadzenia szkoleń sprzedażowych dla zespołów handlowych.
- Praktyczne stosowanie podejścia sprzedaży doradczej (consultative selling), opartej na diagnozie potrzeb klienta oraz budowaniu relacji opartych na zaufaniu.
- Uznane modele sprzedaży i komunikacji sprzedażowej, w tym model SPIN Selling – Neil Rackham.
- Literatura dotycząca nowoczesnego podejścia do sprzedaży i komunikacji z klientem, w tym Sprzedawanie jest ludzkie – Daniel H. Pink.
- Wiedza z zakresu komunikacji interpersonalnej, aktywnego słuchania oraz pracy z klientem w sytuacjach decyzyjnych.

Program szkolenia został opracowany przez prowadzącego szkolenie, który odpowiada również za jego realizację, walidację efektów uczenia się oraz przeprowadzenie ewaluacji szkolenia.