

KARTA USŁUGI ROZWOJOWEJ

Szkolenie:

Podstawy prospectingu i pierwszego kontaktu handlowego w sprzedaży B2B.

Forma szkolenia:

Otwarte lub zamknięte, stacjonarnie, online lub hybrydowo

Czas trwania:

1 dzień szkoleniowy

5 godzin dydaktycznych (5 x 45 min + przerwy)

Grupa docelowa:

Pracownicy działów sprzedaży i obsługi klienta, w szczególności: handlowcy rozpoczynający pracę w sprzedaży B2B, osoby odpowiedzialne za pozyskiwanie nowych kontaktów i mające kontakt z potencjalnymi klientami w pierwszym etapie relacji handlowej.

Cel rozwojowy szkolenia

Celem usługi jest rozwój kompetencji uczestników w zakresie prospectingu sprzedażowego i prowadzenia pierwszej rozmowy handlowej, w szczególności:

- przygotowania się do kontaktu z potencjalnym klientem,
- prowadzenia rozmowy kwalifikującej,
- reagowania na obiekcje,
- budowania profesjonalnego pierwszego wrażenia.

Efekty uczenia się

Wiedza

Po ukończeniu szkolenia uczestnik:

- zna pojęcie prospectingu i jego rolę w procesie sprzedaży B2B,
- rozumie cel pierwszego kontaktu handlowego,
- zna strukturę rozmowy prospectingowej,
- rozumie znaczenie pytań kwalifikujących i reakcji na obiekcje.

Umiejętności

Po ukończeniu szkolenia uczestnik potrafi:

- przygotować się do pierwszego kontaktu z potencjalnym klientem,
- poprowadzić rozmowę prospectingową zgodnie z ustaloną strukturą,
- zadawać pytania kwalifikujące,
- reagować na podstawowe obiekcje klienta,
- zakończyć rozmowę w sposób profesjonalny i uporządkowany.

Kompetencje społeczne

Po ukończeniu szkolenia uczestnik:

- komunikuje się w sposób rzeczowy i profesjonalny,
- wykazuje otwartość na potrzeby rozmówcy,
- potrafi przyjmować odmowę bez eskalowania napięcia,
- działa zgodnie z zasadami etyki i kultury sprzedaży.

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 prospectingowej

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

Moduł 4 – Postawa handlowca i komunikacja

- profesjonalna postawa w rozmowie,
- radzenie sobie z odmową,
- kultura rozmowy handlowej,
- budowanie relacji na etapie pierwszego kontaktu.

Moduł 5 – Ćwiczenia praktyczne i walidacja

- analiza przykładów rozmów,
- przygotowanie własnego skryptu rozmowy,
- przygotowanie do walidacji.

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, burze mózgów i improwizowane rozmowy prospectingowe.

Walidacja efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się realizowana jest w dwóch etapach:

1. Przygotowanie indywidualnego skryptu rozmowy prospectingowej
2. Symulacja rozmowy handlowej (role-play)

Warunkiem uznania osiągnięcia efektów uczenia się jest spełnienie minimum 85% kryteriów walidacyjnych.

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

Dawid Mirocha – praktyk marketingu i sprzedaży z doświadczeniem w pracy z mikro, małymi i średnimi przedsiębiorstwami. Od wielu lat zajmuje się planowaniem i realizacją działań marketingowych, projektowaniem procesów sprzedażowych oraz wspieraniem firm w podejmowaniu decyzji opartych na danych.

Doświadczenie zawodowe zdobywał zarówno w pracy operacyjnej, jak i menedżerskiej, odpowiadając m.in. za prowadzenie kampanii reklamowych, rozwój zespołów marketingowych i sprzedażowych, wdrażanie narzędzi CRM oraz realizację projektów rozwojowych.

Źródła wiedzy

- doświadczenie zawodowe prowadzącego w sprzedaży i prospectingu B2B,
- praktyka w pracy z zespołami handlowymi.

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