

# Storytelling w sprzedaży

Gdy pracowałem jako doradca finansowy, miałem duże problemy z tym, aby się przełamać i prosić swoich Klientów o polecenie mnie innym osobom. Na wielu szkoleniach i spotkaniach nasi trenerzy i szefowie mnożyli argumenty i korzyści dot. zbierania poleceń od Klientów. Zgadałem się z nimi. Trudno było podważyć te argumenty. Jednak była we mnie blokada, której nie potrafiłem przełamać. Do czasu. Pewnego dnia pewien trener przytoczył na szkoleniu taką oto historię. Pewien agent ubezpieczeniowy był w bliskich relacjach koleżeńskich z Henrym Fordem. Uczestniczył w przyjęciach organizowanych przez tę rodzinę i był częstym gościem w domu u Fordów. Pewnego dnia dowiedział się, że Henry Ford ubezpieczył swój zakład produkcyjny na bardzo dużą kwotę. Wstrząsnęło to nim, ponieważ uważał za naturalne, że w tej sprawie Ford się do niego zwróci. Przy najbliższym spotkaniu zapytał go z pretensją w głosie, dlaczego nie ubezpieczył się u niego? Henry Ford odparł: „Ponieważ nigdy mnie o to nie prosiłeś”. Ta krótka i prosta historia głęboko zapadła mi w pamięć. Dużo mocniej niż setki argumentów i godziny przekonywań aby brać polecenia. Zacząłem to po prostu robić, pamiętając puentę z tej historii. To znacząco wpłynęło na poprawę moich wyników w sprzedaży. Ze zdziwieniem stwierdziłem, że część Klientów nie ma z tym żadnego problemu i wręcz chętnie polecali mnie innym, kiedy czuli się dobrze obsłużeni. Tak działa opowiadanie historii, zwane **storytellingiem**. Storytelling staje się współcześnie kluczową i atrakcyjną formą przekazywania i utrwalania treści również w świecie sprzedaży. Najlepiej przygotowana merytorycznie i wzbogacona różnymi dodatkami wizualnymi prezentacja sprzedażowa może nie być tak mocno zapamiętywalna jak ta poparta adekwatnymi historiami, anegdotami, opowieściami. Warto nauczyć się storytellingu jeśli chcesz zwiększyć swoją skuteczność sprzedażową.

## Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

- Doświadczy na sobie siły oddziaływania historii sprzedażowych
- Poznakorzysta z zastosowania storytellingu w sprzedaży
- Dowie się jakie już posiada cechy i predyspozycje do opowiadania historii
- Uświadomi sobie neurologiczne mechanizmy zachodzące w mózgu odbiorców opowieści
- Pozna i będą potrafił zastosować schematy i struktury skutecznego opowiadania historii
- Nabędzie umiejętność przygotowania się do stworzenia i opowiedzenia historii
- Dowie się jak „wpleść” historie w strukturę rozmowy sprzedażowej tak aby wspierała ona sprzedaż
- Przejdzie gruntowny trening opowiadania historii i pozyska konstruktywny feedback wspierający ich umiejętności w tym zakresie



## Zapraszamy na szkolenia:

Białystok	29-30 czerwca 2020
Kraków	27-28 lipca 2020
Szczecin	24-25 września 2020

Cena: 1650 pln netto / 2 dni / os.

## I. Kiedy doświadczyliśmy storytellingu w sprzedaży?

- Kiedy słucham historii opowiedzanych przez handlowców to lubię/nie lubię...
- Cechy charakterystyczne dobrej opowieści sprzedażowej
- Opowieść o Fordzie i inne przykłady legendarnych historii ze świata sprzedaży
- Mój wzorzec sprzedawcy kaszodziei
- Wpływ storytellingu sprzedażowego na efektywność handlowca
- Kiedy historie działają na Klientów a kiedy nie? Przykłady negatywne
- Autodiagnoza – moje predyspozycje do opowiadania historii

## II. Wywieranie wpływu poprzez storytelling w sprzedaży

- Jak działa mózg podczas opowiadania historii
- Co w historii pobudza środki emocji ?
- Neurobiologiczne fakty potwierdzające skuteczność storytellingu
- Reguły zapamiętywania zaimplementowane w opowiadanej historii
- Geneza opowiadania historii na przestrzeni dziejów
- Nasze naturalne predyspozycje do opowiadania historii
- Jak i kiedy wpleść historie w klasyczne etapy sprzedaży?

## III. Perswazyjna rola storytellingu w sprzedaży

- AIDA – struktura perswazyjnego konstruowania historii sprzedażowych
- Dostosowanie historii do sytuacji i wrażliwości Klienta
- Jak uzyskać efekt „Wow” poprzez opowiadanie historii
- Zasady storytellingu wg Jonah Sachs, Nick Morgan, Lisa Bloom
- Po czym poznamy, że historia „zadziałała”
- Przykłady znanych historii sprzedażowych ze świata biznesu

## IV. Gdzie szukać odpowiednich historii sprzedażowych?

- Poszukiwanie inspirujących przypadków
- Tworzenie własnej skrzynki narzędziowej - historie na różne okazje
- Cel i efekt jaki chcemy uzyskać swoją historią
- Checklista czynności niezbędnych w przygotowaniu adekwatnej historii
- Źródła inspiracji i przykładów opowieści sprzedażowych?
- Kiedy i gdzie, dla kogo i jaka historia? Dopasowanie do sytuacji

## V. Poszukiwanie inspirujących przypadków

- Zastosowanie monomitu w historii – przykłady, wady i zalety
- Bohater w podróży – kluczowe zasady stosowania monomitu w opowieści
- Puenta – jak uzyskać efekt zaskoczenia?
- Na czym polega skuteczny scenariusz opowiadanych historii?

## VI. Zastosowanie storytellingu w rozmowie sprzedażowej

- Koło sprzedaży i dopasowanie historii do danego etapu
- Przykłady historii skutecznych na początkowym etapie sprzedaży
- Wciągająca historia zamiast prezentacji oferty
- Jak radzić sobie z obiekcjami poprzez opowieści, anegdoty
- Historie wspierające finalizację w sprzedaży
- Przykłady znanych mówców ze świata sprzedaży
- Cechy i kompetencje handlowca jako storytellera

## VII. Nasze historie sprzedażowe - warsztat

- Przygotowanie historii przez uczestników w oparciu poznane zasady
- Prezentacja – rejestracja kamerą
- Feedback

## Metody szkoleniowe

- Studia przypadku
- Symulacje zachowań
- Autodiagnozy poznawcze
- Gry symulacyjne
- Fragmenty filmów i materiałów audio.
- Dyskusje
- Porządkująca teoria w postaci mini wykładów i prezentacji
- Ekspertyzacje

