

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

Poznakorzystasz 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

Cena:

1650 pln netto / 2 dni / os.



I. Kiedy doświadczyliśmy storytellingu w sprzedaży?

- Kiedy słucham historii opowiadanych 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 kaznodziei
- 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

