

Distance selling – sprzedaż zdalna

„Obyś żył w ciekawych czasach” – to stare chińskie powiedzenie, które bardzo trafnie określa obecną sytuację w jakiej przyszło nam teraz funkcjonować.

Pandemia i jej skutki zmieniła warunki prowadzenia wielu biznesów, co w konsekwencji przekłada się na zmianę sposobu sprzedaży. Nowe trendy pokazują, że aż 80% decydentów z obszaru B2B preferuje komunikację zdalną lub cyfrową „samoobsługę”. Sprzedaż bezpośrednia traci w stosunku do sprzedaży z użyciem techniki komputerowej (Computer Mediated Communication).

Szkolenie Distance selling – sprzedaż zdalna dedykowane jest sprzedawcom, Key Account Menedżerom, Sales menedżerom oraz wszystkim pracownikom, których biznes wymaga większej aktywności realizowanej w sposób zdalny. Uczestnicy oprócz nowej wiedzy będą mieli okazję ćwiczyć i doświadczać technik sprzedaży zdalnej w oparciu o przygotowane zadania i scenariusze.



Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

Uświadomi sobie jakie zmiany wiążą się z New Normal

Zdiagnozuje potrzeby i korzyści Klientów związane ze zmianami zachodzącymi w sprzedaży

Pozna etapy sprzedaży zdalnej

Nauczy się jak przygotować się i zaplanować skuteczny kontakt z Klientem

Doświadczy jak poprowadzić rozmowę handlową, zadawać pytania i skutecznie zaprezentować ofertę online

Dowie się jak radzić sobie z trudnymi sytuacjami podczas zdalnej obsługi Klientów

Dowie się jak wykorzystać Networking jako wsparcie w sprzedaży zdalnej

Cena:

1900 pln netto / 2 dni / os.

I. New Normal

- Czym jest sprzedaż zdalna?
- Dlaczego warto sprzedawać zdalnie?
- Co możesz zyskać, a co stracić?
- Etapy sprzedaży zdalnej

II. Potrzeby Klientów w New Normal

- Rodzaje Klientów
- Potrzeby i oczekiwania Klientów w sprzedaży zdalnej
- Small talk, proaktywność, relacje podczas spotkań zdalnych

III. Przygotowanie do rozmowy CMC (computer mediated communication)

- Przygotowanie merytoryczne
- Przygotowanie fizyczne
- Morale i nastawienie psychiczne handlowca do sprzedaży

IV. Metody wywierania wpływu w sprzedaży zdalnej

- Rodzaje i sposoby wywierania wpływu
- Metody wywierania wpływu wykorzystywane w sprzedaży zdalnej

V. Planowanie spotkań zdalnych z Klientami

- Co i jak planować?
- Cel na pierwsze spotkanie
- Zbieranie informacji do przygotowania oferty
- Prezentacja oferty
- Kreatywne sposoby zdalnego komunikowania się z potencjalnymi Klientami

VI. Narzędzia wykorzystywane do sprzedaży zdalnej

- Poczta e-mail
- Platforma do spotkań zdalnych
- Kalendarz, telefon

VII. Autoprezentacja

- Najważniejsze aspekty autoprezentacji
- Prezentacja siebie, firmy i produktów
- Balans między sprzedażą zdalną, a wirtualnym uczeniem się

VIII. Trudne sytuacje w sprzedaży

- Stres w relacji z Klientem
- Problemy techniczne
- Radzenie sobie z obiekcjami

IX. Finalizacja sprzedaży zdalnej

- Sygnaty zakupowe
- Decyzja w procesie sprzedaży zdalnej
- Kontraktowanie działań i terminów
- Eliminowanie tzw. „pustych przebiegów”

X. Networking w sprzedaży zdalnej

- Budowanie siatki Klientów
- Networking, a marka osobista
- Parowanie i łączenie Klientów
- Co robić by „nie palić bazy”

