**Повышение эффективности продаж новым и старым клиентам.**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Сроки и место проведения:**

**9-10 декабря 2019г., г. Москва**

**Измайловское ш., 71, корп. 4 Г-Д**

**Гостиница «Гамма-Дельта»**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Спикер:** **Михайлов Дмитрий Юрьевич -** опыт работы бизнес-тренером 11 лет**, с**пециалист по продажам в B2B и B2C, сертифицирован Академией Брайана Трейси на право проведения программы «Навыки успешных продаж», знание особенностей подхода к обучению продажам в разных городах России, опыт работы HR директором, Генеральный директор и ведущий тренер консалтинговой Компании «TOP LUMEN».

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

***Контактная информация:***

***Центр образования «ЭВЕРЕСТ», тел: 8 (495) 988-11-81***

***E-mail: info@co-everest.ru, dogovor@seminarrus.ru; сайт: co-everest.ru***

**Программа семинара:**

**Блок 1. Поиск и сбор информации о потенциальных клиентах**

**Цель данного блока** — рассмотреть направления поиска и сбора информации о потенциальных клиентах.

* Где искать потенциальных клиентов для продвижения продукции, предлагаемой Вашей компанией?
* Какая информация нужна и где ее можно найти?
* Нестандартные источники информации

**Блок 2. Оценка перспективности нового клиента**

**Цель данного блока** — научиться дистанционно оценивать потенциал нового клиента.

* Какие организации являются «целевыми» клиентами Вашей компании?
* У каких сотрудников предприятия и под «каким соусом» можно получить информацию о потенциале «разрабатываемого» клиента?
* Как исходя из потенциала клиента планировать дальнейшие контакты с ним?
* Стратегия проникновения в нового клиента
* Роли в закупочном комитете: Экономист, Потребитель, Техник, Консультант.
* Подготовка СПИН вопросов для выявления скрытых потребностей участников закупочного комитете в каждой роли

**Блок 3. «Холодный» контакт с клиентом**

**Цель данного блока** — научиться техниае осуществления «холодных» звонков потенциальным клиентам.

* Как захватить внимание собеседника и «очаровать» его с первых секунд разговора?
* У каких сотрудников можно получить реальные данные о текущей ситуации по закупкам с помощью СПИН технологии, избежав дезинформации со стороны снабженца?
* Как преодолеть контактное сопротивление снабженца «У нас есть поставщики», «Мне не интересно с Вами работать», «Ничего не нужно»?
* Как договориться с клиентом о следующих шагах (изучение коммерческого предложения, получение заявки для «проработки», встреча с менеджером по продажам, оценка образцов продукции)

**Блок 4. Как прояснить цепочку принятия решения о закупке**

**Цель данного блока** — научиться создавать «Карту организации» при проработке цепочки принятия решения о закупке.

* Как прояснить схему (цепочку) принятия решения о закупке Вашей продукции?
* Как составить «Карту организации» и определить роли участников закупочного центра предприятия?
* Как работать с интересами различных сотрудников предприятия (снабженцы, технологи, топ-менеджеры, проектировщики), влияющими на выбор поставщика?
* Как и у каких сотрудников формировать потребность в использовании поставляемой продукции?

**Блок 5. Личная встреча с клиентом**

**Цель данного блока** — научиться устанавливать контакт с закупщиком, уточнять ситуацию и потребности Клиента, представлять преимущества сотрудничества с Вашей компанией.

* Как сделать встречу эффективной.
* Как перехватить инициативу и управлять диалогом с лицом, принимающим решения.
* Как создать «точку опоры», собрав и подтвердив информацию о скрытых потребностях Клиента с помощью СПИН и его организации.
* Как представить преимущества сотрудничества с Вашей компанией с учетом критериев выбора поставщика?
* Как «зацепить» закупщика и выделиться среди конкурентов?

**Блок 6. Как повысить ценность своего предложения**

**Цель данного блока** — рассмотреть способы увеличение ценности предложения Вашей компании для клиента.

* Цена и ценность: как показать значимость своего предложения для Клиента?
* Критерии выбора продукта и поставщика: на что давить в ходе представления своего предложения?
* Цена покупки и стоимость пользования: как можно сэкономить, купив более дорогой продукт?
* Плановые и внеплановые закупки: как учитывать ценовой фактор в каждом случае и продавать дорого.

**Блок 7. Как учитывать ценозависимость клиентов**

**Цель данного блока** — рассмотреть влияние цены на принятие решения о закупке.

* На каких этапах принятия решения о закупке цена играет ключевую роль.
* Ценозависимые и ценонезависимые клиенты: как определить кому Вы продаете?
* Работа с ценонезависимыми клиентами: почему надежность продукции и удобство работы с Вашей компанией стоят дополнительных денег?
* Работа с ценозависимыми клиентами: как обосновать целесообразность покупки более дорогой услуги?

**Блок 8. Работа с ценовыми возражениями**

**Цель данного блока** — рассмотреть подходы и техники работы с ценовыми возражениями.

* Как отстроиться от конкурентов и обосновать высокие цены.
* Причины ценовых возражений: сравнение с конкурентами, недостаток денег, попытка выбить скидку, сравнение с несравнимой услугой, незнание текущих цен.
* Как работать с ценовым возражением в зависимости от его причины?
* Что делать, если возражение по цене лишь отговорка.

**Блок 9. Ведение переговоров о цене**

**Цель данного блока** — рассмотреть эффективные методы ведения ценовых переговоров.

* Подготовка к переговорам о цене: ситуация в компании-клиенте, особенности отношений с клиентом, минимальная и максимальная цена, варианты условий для торга, матрица взаимосвязи цены и других условий, анализ уязвимости.
* Приемы аргументации и убеждения в ценовых переговорах: переговорная позиция, повышения ценности услуги и отношений, карта аргументов и мотивация оппонента.
* Как влиять на Клиента и преодолеть переговорные манипуляции в ценовых переговорах.
* Секреты ведения торга.
* Как стимулировать Клиента к принятию решения о сотрудничестве?

**По окончании тренинга участники смогут:**

1. Использовать различные источники для активного поиска новых клиентов на В2В-рынках.
2. Определять потенциал клиента и перспективность дальнейших контактов.
3. Эффективно осуществлять «холодные» контакты с новыми клиентами.
4. Устанавливать контакт с лицом, принимающим решения о покупке и другими участниками «закупочной цепочки».
5. Выявлять скрытые потребности с помощью СПИН
6. Представлять преимущества сотрудничества с Вашей компанией.
7. Повышать ценность своего предложения.
8. Обосновывать высокую цену и отстраиваться от конкурентов.
9. Учитывать ценозависимость клиентов при покупке.
10. Работать с ценовыми возражениями.
11. Грамотно вести торг и ценовые переговоры.
12. Использовать приемы достижения договоренности о сотрудничестве с Вашей компанией.

**Стоимость участия в семинаре – 23 900 руб./чел.** **От 2-х человек – 21 900 руб./чел.**НДС не взимается. В стоимость входит: участие одного представителя в семинаре 2 дня, обеды, кофе-брейки, методические разработки, именной сертификат участника.

**Скидка 10% при оплате до 18 ноября 2019г.**

**Акция! Обучение каждого 4-го слушателя от одной организации – Бесплатно!**

***Контактная информация:***

***Центр образования «ЭВЕРЕСТ», тел: 8 (495) 988-11-81***

***E-mail: info@co-everest.ru, dogovor@seminarrus.ru; сайт: co-everest.ru***



|  |
| --- |
| **Повышение эффективности продаж новым и старым клиентам.** |
| Дата оформления заявки: |
| Сроки проведения:  | Место проведения**:**  |
| Организация: |
| Юридический адрес: |
| Почтовый адрес: |
| Код города: | Телефоны: |
| E-mail: |
| Руководитель организации: | Действует на основании: |
| Должность руководителя организации: |
| Контактное лицо (Ф.И.О., должность, телефон): |
| ИНН: | КПП: |
| Расчетный счет: | Кор/счет: |
| БИК: | Название банка: |
| Список участников семинара: |
| № | Ф.И.О., организация, должность, моб. телефон участника: | Стоимость, руб. |
| 1 |  |  |
| 2 |  |  |
| 3 |  |  |
| 4 |  |  |
| 5 |  |  |
| ИТОГО: |  |

Центр образования «ЭВЕРЕСТ», тел: 8 (495) 988-11-81

E-mail: info@co-everest.ru, dogovor@co-everest.ru; сайт: co-everest.ru