ПРОДВИЖЕНИЕ

PRACTICE
THE BEST TRAINING

КАРТА ТРЕНИНГОВ И СЕМИНАРОВ

для продавцов



Практика — лучшая тренировка.
Сайт: prodvizeniye.ru

Тренинг-семинар «Основы эффективных переговоров с дистрибьюторами»

Основная цель тренинга:

- Познакомить участников тренинга с базовыми принципами и этапами проведения результативных переговоров с дистрибьюторами.
- Освоить навыки ведения коммерческих переговоров с имеющимися или потенциальными клиентами.
- Изучить основные техники и получить навыки выявления потребностей и обработки возражений дистрибьюторов.

Для кого: Менеджеры по продажам, Торговые представители, Супервайзеры, Региональные/Территориальные менеджеры, Руководители отделов продаж, Коммерческие директора, Собственники бизнеса.

Оптимальное количество участников тренинга: 4 - 12 человек.
Если количество участников более 12 человек, то формируется 2 группы. Для малых групп, численностью менее 4 человек, обучение проводится в индивидуальном формате – персональный коучинг.

Продолжительность предлагаемой программы: 20 часов
(2 дня по 10 часов)

Рекомендуемое время обучения по программе: от 16 часов.

Программа тренинга-семинара «Основы эффективных переговоров с дистрибьюторами»

Роль дистрибьютора в текущей деятельности нашей компании

- Текущая сложнейшая рыночная ситуация и задачи, которые решает компания, работая с дистрибьюторами.
- Особенности работы в дистрибьюторском канале – плюсы и минусы. Основные параметры дистрибьюторского канала.
- Различие между дистрибьюторами и оптовиками.
- Критерии выбора дистрибьютора. Критерии привлекательности. Составление матрицы привлекательности.

- Основные этапы планирования работы с дистрибьюторами. Модель работы с дистрибьютором.
- Информация о клиенте и ее использование в процессе планирования переговоров.

Подготовка к переговорам с дистрибьюторами

- Как правильно подготовиться к ведению переговоров с дистрибьютором
- Характеристика «Группы, влияющей на принятие решения о работе» (ГВПР) дистрибьютора. Анализ группы принятия решения
- Основные методы взаимодействия с различными представителями ГВПР. Каковы их KPI?
- Какова мотивация сотрудников ГВПР?
- Мотивационный профиль сотрудников дистрибьютора

- **Практическое задание:** подготовка к переговорам.

Техники проведения переговоров с дистрибьютором

- Постановка целей и понимание конечного результата переговоров.
- Два фактора успешности переговоров: содержание и процесс.
- Содержание переговоров: от позиций к интересам.
- Процесс. Этапы ведения переговоров.
- Планирование стратегии и тактики переговоров. Принцип «Win-win» в переговорах.

- Анализ партнера по переговорам, понимание его интересов и потребностей.
- Сложные ситуации в переговорах. Средства защиты от манипуляций и давления.
- Психологическая позиция в переговорах.

- **Практическое задание:** разбор участниками 5-6 подготовленных (реальных) кейсов по переговорам с дистрибьюторами.

Один из главных этапов в продажах – выявление потребностей клиента. Важность выявления потребностей клиента.

- Важность выявления потребностей дистрибьютора.
- Пирамида потребностей по Маслоу, ведущие потребности клиента.
- Мотивы, система ценностей и критерии принятия решений дистрибьюторами.
- Вопросы, используемые при выявлении потребностей.
- Типы клиентов: особенности общения с различными типам клиентов.
- Техника «Активное слушание».
- Способы управления слушанием оппонента в переговорах.

- **Практическое задание:** тренировка выявления потребностей с помощью смоделированных ситуаций, подготовленных тренером и реальных кейсов участников.

Модификация «Нет» до уровня «Да».

Технология работы с возражениями

- Структура презентации.
- Преимущества компании и продукта.
- Презентация на основе ключевых ценностей и выгоды для клиента.
- Обратная связь с клиентом во время презентации.

- Причины появления возражений дистрибьютора.
- Алгоритм обработки возражений.
- Практическая отработка возражений («работаю с конкурентами», «дорого», «уже все есть», «нам ничего не надо», «сейчас не сезон» и т.п.)
- Инструменты работы с возражениями.
- Методы аргументации.
- Принятие совместного решения.
- Анализ собственных действий.

- **Практическое задание:** тренировка работы с возражениями клиентов, с помощью смоделированных ситуаций, подготовленных тренером и реальных кейсов участников тренинга.

Формат проведения – максимально практичный интерактивный тренинг навыков:

- **50% практика: участники отрабатывают навыки в упражнениях, работая в парах, тройках, малых группах, деловые и ролевые игры.**
- **30% теория: интерактивные мини-лекции, демонстрация навыков, обсуждение результатов с тренером, групповые дискуссии и ответы на вопросы участников.**
- **20% анализ реальных, практических кейсов бизнес-тренера и кейсов участников.**