ПРОДВИЖЕНИЕ
PRACTICE
THE BEST TRAINING

КАРТА ТРЕНИНГОВ И СЕМИНАРОВ

для продавцов и руководителей продаж



Константин Журавлёв

Бизнес-консультант, бизнес-тренер

Практика — лучшая тренировка.

Сайт: prodvizeniye.ru

Тренинг «Технологии продаж клиентам на выставках»

Основные цели тренинга:

- Познакомить участников тренинга с основами технологии продаж на отраслевых выставках и других выездных мероприятиях.
- Научиться правильно определять цели и задачи продаж на предстоящую выставку.
- Сформировать навыки активных продаж и про-активного поведения сотрудников на выставке.
- Научиться работать со вспомогательными средствами проведения выставки: выставочное оборудование, выставочные образцы, семпл-образцы, POS-материалы, раздаточные материалы и т.д.
- Научиться эффективной презентации новых продуктов/услуг.
- Сплотить участников тренинга в единую профессиональную команду, готовую к продуктивной выставочной работе.
- За счет обучения навыкам продаж, повысить мотивацию сотрудников работать на выставке максимально активно и продуктивно.
- Научиться собирать контакты в единую клиентскую базу и управлять ими после завершения выставки.
- Научиться закрывать лиды, полученные на выставке в конкретные высокомаржинальные сделки.
- Определить общие критерии успешной работы команды на выставке.

В результате тренинга участники смогут:

- Приобрести знания о принципах подготовки к работе на выставке.
- Ставить SMART-цели и определять задачи по достижению целей работы на выставке.
- Быстро и эффективно устанавливать контакт с текущими или новыми клиентами, посетившими стенд.
- Определять критерии успешной работы и закрытия клиентов на сделки.
- Освоить принципы работы с клиентами после выставки.
- Повысить мотивацию к работе на выставках и выездных мероприятиях.

Для кого: Менеджеры по продажам, Супервайзеры, Региональные/Территориальные менеджеры, Руководители отделов продаж/маркетинга, Коммерческие директора, Маркетологи, Специалисты отделов по работе с клиентами. Другие сотрудники, которым по роду деятельности необходимо уметь продавать и привлекать клиентов на выставках.

Возможность адаптации стандартной программы по отрасль Заказчика: Да

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

Форма проведения офф-лайн (очного) тренинга:

- Сокращённый – 1 тренинг-день (всего 8 часов)
- Базовый – 2 тренинг-дня (всего 16 часов)
- Расширенный – 3 тренинг-дня (всего 24 часа)

Форма проведения он-лайн (удалённого) тренинга:

- Сокращённый – 2 вебинара (всего 4 часа)
- Базовый – 4 вебинара (всего 8 часов)
- Расширенный – 8 вебинаров (всего 16 часов)

Продолжительность стандартной программы и рекомендуемое время обучения: 16 часов (2 тренинг-дня по 8 часов) или 4 вебинара (всего 8 часов)
Стоимость проведения офф-лайн (очного) тренинга: от 42 000 руб. за 1 тренинг-день обучения
Стоимость проведения он-лайн (удалённого) тренинга: от 5 500 руб. за 1 час обучения

Программа тренинга «Технологии продаж клиентам на выставках»

О программе:

Периодически, множество компаний из разных сфер и отраслей бизнеса, собираются на различных специализированных площадках, так называемых выставках.

Разные компании ставят перед собою серьезные, порой даже суперамбициозные цели на выставку. Сильно заявить о себе, успешно презентовать продукты или услуги, рассказать о новинках, изучить тренды отрасли, подсмотреть что делают конкуренты – данный список можно продолжать бесконечно. Тем не менее, результаты у всех как правило оказываются разными.

Как сделать так, чтобы выставка из затратного мероприятия превратилась в эффективный маркетинговый инструмент привлечения целевых клиентов, расскажет этот тренинг.

Часть 1. Подготовка к выставке.

01. Выставка, как часть маркетинговых каналов коммуникаций с клиентами

- Определение возможностей установления новых контактов на выставочных мероприятиях.
- Сбор и систематизация мнений о продукции от потенциальных и действующих потребителей.
- Анализ продуктов и маркетинговых политик конкурентов.

02. Ввод в практическую часть.
Подготовка к работе на выставке.

- Цели и задачи участия Компании в выставочной деятельности.
- Выбор вида и дизайна выставочного оборудования. Составление технического задания и работа с подрядчиками по изготовлению стенда.
- Соблюдение фирменного стиля стенда, как основа для поддержания имиджа бренда и его представления потребителям.
- Определение наиболее выгодного расположения стенда Компании в выставочном зале.
- Группировка стендов по видам и категориям продуктов. Выделение перспективных продуктов, стратегических продуктов, новинок на выставочных стендах.
- Расположение на стендах экспонатов, рекламных и информационных материалов. Мерчендайзинг по стандартам компании.
- Организация мест для переговоров с клиентами.
- Организация обслуживания посетителей и гостей стенда. Кейтеринг.
- Правила расстановки сотрудников на стендах.

03. Расчет бюджета и реклама выставки.

- Организация рекламной кампании выставки.
- Организация приглашений клиентов на выставку.
- Организация около выставочных и около стендовых мероприятий.
- Выставочный промоушен.

04. Подготовка сотрудников для работы на стендах.

- Правила подбора сотрудников для работы на стендах.
- Планирование работы выставочного стенда.
- Разработка инструкций работы сотрудников на выставке. Проведение общего собрания и информирование сотрудников о работе на выставке.
- Подготовка рабочих материалов для сотрудников: анкета клиента, портрет потенциального покупателя, опросники посетителей стенда.

Часть 2. Организация продаж на выставке.

05. Правила привлечения клиентов и работа с ними на стенде.

- Технологии и способы привлечения клиентов с использованием аудио- и визуальных каналов восприятия информации.
- Особенности работы с ключевыми клиентами.
- Основные правила работы сотрудников на выставке для достижения результатов.

06. Этапы продаж клиенту.
Первый этап - «Вступление к контакт»

- Техники привлечения внимания посетителя и вступления в разговор.
- Представление: продажа себя, продажа компании, продажа продукта, продажа своих идей.
- Использование вербальных и невербальных методик для подстройки к клиенту и установления лучшего контакта.
- Сонастройка по скорости и тембру речи, тону и высоте голоса.

07. Этапы продаж клиенту.
Второй этап- «Выявление потребностей и интересов клиента»

- Типология посетителей выставки и их потребности.
- Основные группы потребностей и интересов клиента.
- Способы и технологии выявления потребностей.
- Типы вопросов при выявлении потребностей. Воронка вопросов.
- Совместное формирование и уточнение потребностей клиента.
- Технология активного слушания и подстройки под речь клиента.

08. Этапы продаж клиенту. Третий этап - «Эффективная презентация и предложение»

- Выбор способов аргументации и техник убеждения.
- Подача информации, с сохранением внимания клиента и эмпатийного управления диалогом.
- Что такое продающая презентация?
- Технологии и виды презентаций.
- Характеристики > преимущества > выгоды.
  Как правильно использовать эту цепочку в своей презентации на выставке.
- Инструменты и оборудование, помогающие проводить яркие и запоминающиеся презентации.

09. Этапы продаж клиенту.
Четвертый этап - «Работа с возражениями и сомнениями клиента»

- Основные техники присоединения и преодоления возражений.
- Работа с сомнениями клиента.
- Техники превращения возражений в признание достоинства Вашего товара/услуги.

10. Этапы продаж клиенту.
Пятый этап - «Завершение контакта и закрытие на сделку»

- Определение готовности клиента к покупке.
- Вербальные и невербальные сигналы к покупке - как их вовремя определить и не пропустить на этапах продажи.
- Техники закрытия на сделку.
- Позитивное завершение контакта.

11. Этапы продаж клиенту.
Шестой этап - «Администрирование и анализ контакта»

- Анализ причин неуспешного контакта и причин неудачи.
- Анализ своего поведения и ошибок, для предотвращения неудач при продаже.
- Правила администрирования контакта.

Часть 3. Организация продаж после выставки.

12. Работа с контактами, полученными на выставке

- Приемы и технологии обработки полученных на выставке контактов, их систематизация.
- Внесение контактов в системы CRM. Составление плана дальнейшей работы с ними. Лидменеджмент.
- Способы работы с «горячими» и «холодными» клиентами.
- Шаблоны писем для рассылки после выставки.
- Сроки и поводы звонков клиентам. Сценарии переговоров.
- Техники закрытия клиентов на сделки.

13. Анализ эффективности участия в выставке, анализ полученных лидов.

- Оценка окупаемости участия в выставке.
- Методика оценки по методики КОИ.
- Методика оценки эффективности инвестиций ROI.
- Как оценивать те выгоды и пользу, которые нельзя оцифровать и просчитать.

14. Завершение тренинга.

- Завершение тренинга. Обмен мнениями о тренинге.
- Вручение дипломов участников тренинга.
- Фотосессия участников.

Формат проведения - максимально практичный тренинг навыков:

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

Журавлёв Константин Александрович. Бизнес-тренер, практик.
Опыт в продажах на рынках B2B и B2C более 19 лет (с 2005 года).
Прошел последовательно путь от Торгового представителя до Директора по продажам в РФ, крупного производственного холдинга с оборотом более 21 млн.$
Предприниматель. Руководитель консалтингового агентства «Продвижение» г. Самара www.prodvizeniye.ru
Специализация бизнес-тренера:
- построение эффективных систем продаж и систем дистрибьюции для торгово-производственных компаний и компаний сферы услуг, с современной маркетинговой поддержкой;
- подбор менеджеров и руководителей продаж;
- обучение сотрудников навыкам продаж, презентаций, переговоров и управления продажами.

Резюме специалиста доступно по ссылке:
https://drive.google.com/file/d/1dcSCnP0VgjbnBkzw2HWLBYvR2IaxsVHQ/view?usp=sharing

Запишитесь на бесплатную консультацию по тренингу (до 30 мин.), с экспертом по построению отделов продаж и обучению сотрудников, по личному номеру телефона: +7(987)160-19-45 (WhatsApp Viber Telegram)

ЗАПИСАТЬСЯ НА БЕСПЛАТНУЮ КОНСУЛЬТАЦИЮ ПО ТРЕНИНГУ
WhatsApp



Консалтинговая компания «ПРОДВИЖЕНИЕ»

Адрес тренингового центра: г. Самара, Московское шоссе, 49 4 этаж, бизнес-центр «Prostorium»

Телефон: +7 (987) 160-19-45
+7 (846) 205-16-25
E-mail: sale@prodvizeniye.ru

Facebook: fb.prodvizeniye.ru
В контакте: topsales63
Сайт: www.prodvizeniye.ru