



## Профессиональные навыки продаж: версия для фармацевтического рынка.

### Программа “Профессиональные навыки продажи: версия для фармацевтического рынка”

#### в системе программ

Основная программа: 3 дня

Коучинг:  
Follow-up 1-2 дня

Последующая программа  
развития навыков :

- **Коммуникативные навыки продавца, 2 дня** (*Conversational Selling Skills*)
- **Межличностные стратегии продажи (для фармацевтического рынка), 2 дня** (*Interpersonal Selling Strategies*)

Если ваши продавцы используют консультативный подход, они способны превзойти даже собственные рекорды продаж.

Продажи специалистам в области фармацевтики не так просты, как может показаться на первый взгляд. Представители медицинских учреждений могут быть более опытны, более требовательны и искушены. Они стремятся принимать обоснованные решения по продажам. Поэтому сегодня большинство фармацевтических компаний, желая повысить профессиональный уровень продавцов, отдают предпочтение консультативному подходу к продажам.

#### Эффект от обучения

##### Ваши сотрудники:

- получат навыки развития взаимовыгодных отношений с клиентами
- станут более конкурентоспособными, создав положительный, особый имидж - как для себя, так и для вашей компании
- повысят эффективность работы, став консультантами, которые помогают клиентам принять осознанное решение в вашу пользу
- научатся строить взаимовыгодные доверительные отношения с новыми клиентами

- научатся эффективно использовать свое время и время клиента, увеличивая шансы на успех

##### Ваши клиенты:

- получают общение с компетентными продавцами, разбирающимися в деталях их бизнеса;
- получают продукт, соответствующий их конкретным специфическим потребностям;
- примут решения не под давлением, а основываясь на реальных фактах в процессе консультирования.

##### Ваша компания:

- повысит успешность в завоевании новых областей бизнеса и сохранит постоянных клиентов;
- снизит затраты, обучая продавцов лучше оценивать свои силы и организовывать время более продуктивно;
- выработает универсальный язык общения ваших продавцов, который улучшит работу команды;
- сократит текучесть персонала, предоставляя продавцам поддержку и возможности профессионального роста.

## Содержание программы

### 4 основных навыка (1 день)

#### Подготовка

- получить необходимую общую информацию о фармацевтической отрасли, включая терминологию;
- специфику продаж в данной области и знание основных потребностей;
- получить понимание ситуации продаж на фармацевтическом рынке, которая значительно отличается от ситуации обычных продаж.

#### Начало

- научиться начинать встречу в положительном и продуктивном ключе, вовлекая клиента во взаимодействие;
- изучить как - и почему это важно - достичь первоначального согласия с клиентом для дальнейшего сотрудничества;
- понять различия между общением с постоянным клиентом и общением с новым клиентом;
- позиционировать начало встречи, демонстрируя индивидуальный подход.

#### Пробирование

- научиться, как своевременно использовать различные знания для построения полного, взаимовыгодного понимания потребностей клиента;
- изучить, как - и почему это важно - выявить обстоятельства, ведущие к возникновению тех или иных потребностей клиента;
- изучить 2 типа техник: открытое и закрытое пробирование;
- научиться вести направление переговоров, выбирая соответствующий баланс между открытым и закрытым пробиро-

ванием;

- научиться использовать пробирование чтобы получить необходимую информацию, подтвердить потребности клиента и получить подтверждение их правильного понимания;
- научиться применять пробирование для обеспечения открытого обмена информацией.

#### Поддержка

- изучить, как обеспечить информацию, которая поможет клиенту принять обоснованное решение о покупке;
- изучить оптимальное время - а также наиболее убедительный и эффективный способ - проведения переговоров с клиентом;
- научиться демонстрировать выгоды каждого продукта/сервиса для клиента;
- осознать важность каждой детали перед предоставлением выгод продукта;
- изучить необходимость поддержки клиента.

#### Завершение

- научиться распознавать момент готовности клиента к принятию решения;
- отработать трехшаговый процесс для подтверждения клиентом готовности к следующему уровню в процессе продажи;
- изучить различие между завершением и продолжением процесса продажи;
- научиться преодолевать уклонение клиента от принятия решения;
- научиться предлагать продолжение процесса продажи в ответ на отказ клиента принять на данном этапе;
- научиться наиболее оптимальному варианту завершить общение, которое не ведет к взаимовыгодному сотрудничеству.



## Безразличие и возражения клиента

### (1 день)

#### Преодоление безразличия клиента

- узнать, что стоит за безразличием клиента;
- научиться общаться с незаинтересованным или безразличным клиентом;
- научиться признавать важность точки зрения клиента;
- изучить как определять возможности для продвижения вашего продукта и как представить важность изменения ситуации.

#### Определение реакций клиента

- научиться узнавать и различать три типа реакций клиента: скептицизм, безразличие и возражение;
- изучить важность пробирования для понимания возможных реакций клиента;
- научиться, когда наиболее приемлемо в процессе встречи выразить реакцию;
- научиться преодолевать скептицизм клиента, используя адекватные доказательства;
- научиться устранять непонимание;
- преодолевать возражения, предлагая клиенту сделать шаг назад, изучить “картину”, в целом и признать очевидные выгоды;
- отработать умение распознавать реакции клиента на продукт/сервис, необходимое в реальной работе.

## Слушание и построение раппорта (контакта) (1/2 день)

#### Слушание для построения раппорта

- узнавать и использовать необходимые нюансы в начале и в процессе переговоров с клиентом;
- использовать проверенные техники построения контакта и избегать потери контакта.

#### Уровни слушания

- изучить, что такое слушание с полным вниманием, слушание с частичным вниманием и отсутствия слушания, и использовать это в дальнейшем для сохранения полного внимания.

#### Слушание для понимания

- использовать навыки уточнения и подтверждения для полного и точного понимания ситуации клиента

## Стратегии пробирования (1/2 день)

#### Пробирование

- концепцию реализованных и нереализованных потребностей;
- изучить и отработать на практике эффективную последовательность пробирования, которая дает возможность изучения потенциальных потребностей;
- создать реальные стратегии пробирования, дающие представления о потребностях.

#### Планирование встречи

- определить план пробирования благодаря изучению клиента и создания проб, “ведущих к потребностям”.

#### Поддержка

- отработать на практике навыки поддержки;
- научиться использовать информацию, полученную в результате пробирования для создания ясной схемы демонстрации выгод своего продукта.

#### Практика

- ролевое “проигрывание” встречи с клиентом, позволяющее использовать новые навыки в ситуации продаж.

## Спецификация

**Аудитория:** сотрудники, занимающиеся продажами.

**Продолжительность:** 3 дня.

**Размер группы:** 6-12 человек.



**advancegroup**

Москва, ул.

Зоологическая, 30/2

[www.advance-group.ru](http://www.advance-group.ru)

[advance@advance.aog.ru](mailto:advance@advance.aog.ru)

(тел.) 6058664

6058840