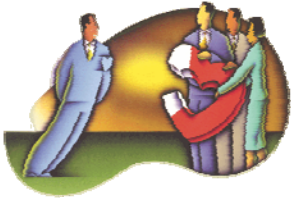


Продажа через качественный сервис

Тренинг



Программа «Продажа через качественный сервис» (Sales Through Extraordinary Service) позволяет увеличить продажи, не расширяя персонал отдела продаж, а благодаря раскрытию потенциала сотрудников службы сервиса вашей организации.

Сотрудники службы сервиса обладают уникальной возможностью совершить продажу и завоевать лояльность клиентов. Все же многие из них чувствуют недостаток знаний в области продажи, или, возможно, они рассматривают продажу и сервис как два взаимоисключающих процесса. С помощью данной программы, сотрудники службы сервиса осознают, что продажа является лишь естественным дополнением к обслуживанию клиентов. Они научатся рассматривать процесс продажи в качестве возможности для предоставления полезной информации и принятия клиентом обоснованных решений о покупке вашего продукта или услуги.

4 ключа к достижению успеха

Сотрудники сервиса должны:

- знать продукты/услуги своей организации;
- уметь устанавливать эффективные отношения с клиентами;
- выполнять требования клиента;
- интересоваться деятельностью своих клиентов.

Продажа через сервис:

Эта программа предоставляет определенные стратегии, которые могут использовать сотрудники сервисной службы для того, чтобы обеспечить такое качество обслуживания, которое позволит увеличить продажу, завоевать лояльность клиентов и постоянно удовлетворять их потребности. Данный семинар:

- помогает сотрудникам определить возможности для продажи;
- развивает стратегии продажи, которые могут быть использованы сотрудниками для поддержания эффективных отношений с клиентами;
- определяет возможности для улучшения качества сервиса;
- укрепляет усилия всей организации, направленные на улучшения качества сервиса;
- представляет продукт вашей организации с применением навыков продажи;
- помогает сотрудникам стать более уверенными в своих знаниях о продукте компании;
- помогает завоевать лояльность клиентов, превращая трудные ситуации в позитивный и запоминающийся опыт для клиента в процессе продажи.

Содержание модулей:

Модуль 1. Ориентация на клиента.

В этом модуле процесс продажи рассматривается в контексте сервиса и лояльности клиента.

Участники:

- определяют области, в которых они могут оказать положительное влияние на опыт клиента;
- описывают примеры профессионального, проактивного поведения;

- изучают три стратегии сервиса;
- определяют ключевые моменты истины при взаимодействии с клиентом;
- определяют ситуации, ориентированные на клиента.

Модуль 2. Продаем.....Естественно!

Участники семинара изучают, как представлять свои продукты и услуги таким образом, чтобы завоевать доверие клиента к организации и его расположение к ее услугам.

Участники:

- отрабатывают на практике пять этапов, необходимых для определения и удовлетворения потребностей клиента;
- рассматривают модели, которые помогают объяснить личностное поведение;
- учатся использовать правильные типы вопросов;
- делиться своими знаниями о продуктах и услугах организации;
- учатся преодолевать возражения клиента.

Модуль 3. Удовлетворение потребностей клиента

Участники учатся описывать характеристики и выгоды определенных услуг и применять этапы «естественной продажи», для того, чтобы продать клиенту соответствующие продукты или услуги. Они:

- изучают 4-х шаговый метод овладения знаниями о продуктах и услугах;
- используют данный метод для совершенствования своих знаний об определенных продуктах организации;
- отрабатывают на практике проведение презентации по каждому продукту с использованием пяти этапов «естественной продажи».

Модуль 4. Завоевание лояльности клиентов

Участники учатся, каким образом можно превратить непродуктивные ситуации в положительный и запоминающийся опыт для клиента. Они:

- отрабатывают навыки решения проблем клиента;
- определяют возможности для совершения продажи;
- ищут способы, как преодолеть сложности в процессе продажи;
- разрабатывают собственный план действий для создания возможностей продажи;

Характеристики программы:

Аудитория:

Сотрудники, контактирующие с клиентом и обладающие возможностью для продажи продукта или услуги своей компании, их супервайзеры и менеджеры

Продолжительность:

2 дня

Размер группы:

10-12 участников