Презентация тренинговой программы

 **«ЭФФЕКТИВНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ПРОДУКТОВ.**

**ЦЕНА И ЦЕННОСТЬ»**

**ОКНА VEKA: ТЕХНОЛОГИЯ УСПЕХА**

ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ПРОГРАММЫ – 8/16 часов

*(в зависимости от окончательно утвержденного с заказчиком программы перечня рассматриваемых вопросов)*

*Эта тренинговая программа о том, как сформировать в сознании потенциального клиента ценность предлагаемого продукта*

НА КУРСЕ ВЫ УЗНАЕТЕ:

* «Под какими соусами» нужно продавать продукт, монтаж и сервис?
* Какие профессиональные вопросы стоит задавать клиенту, чтобы помочь ему осознать свою потребность в Ваших товарах или услугах?
* Как отвечать на вопрос клиента «Сколько стоит?» «А почему у вас так дорого?»
* Как обосновать стоимость более дорогой продукции/услуги?
* Как улучшить представление клиента о пользе сотрудничества с Вашей компанией и убедить его в выгодности покупки представляемой Вами продукции?

**ПРОГРАММА ТРЕНИНГА:**

**1. Раздел.**

«СТРУКТУРА ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ»

* Алгоритм успешной продажи
* Цели менеджера по продажам на каждом из этапов
* Ценность СПК как важного компонента, влияющего на создание функциональности, безопасности, комфорта и эстетического вида здания (дома, офиса)

**2. Раздел.**

«СТИМУЛИРОВАНИЕ КЛИЕНТА К СОВЕРШЕНИЮ ПОКУПКИ В ВАШЕМ САЛОНЕ»

* Как продать клиенту свой статус эксперта?
* Как продать клиенту репутацию компании?
* Как продать клиенту решение его проблем?
* Как продать клиенту цену?

**3. Раздел.**

«ТЕХНОЛОГИЯ ОБЩЕНИЯ»

* Клиента убеждает не то, что мы говорим, а то, что он понимает!
* Как достигнуть полного понимания потребности клиента?
* Как помочь клиенту осознать свои истинные мотивы и потребности в покупке?
* Вопросы как эффективный способ формирования потребностей клиента (принцип Парето: «80/20»)?

**4. Раздел.**

«ПРЕЗЕНТАЦИЯ РЕШЕНИЯ»

* Продажа цены. Методы обоснования стоимости ключевых позиций продуктовой линейки ТМ «VEKA»
* Формирование в сознании клиента непосредственной связи между свойством продукта и выгодами от его эксплуатации

**5. Раздел.**

«РАБОТА С ВОЗРАЖЕНИЯМИ»

* Природа возникновения различных возражений у клиента?
* Как превратить возражение клиента в запрос на дополнительную информацию?
* Чем возражения отличаются от отговорок?

**6. Раздел.**

«ЗАВЕРШЕНИЕ СДЕЛКИ»

* Как сделать скидку или акционное предложение эффективным инструментом продажи?
* Формирование лояльности. Грамотное завершение сделки как основа для последоговорных отношений

**В РЕЗУЛЬТАТЕ ПРОХОЖДЕНИЯ ПРОГРАММЫ КАЖДЫЙ ИЗ УЧАСТНИКОВ ПОЛУЧАЕТ:**

***ВНИМАНИЕ!***  *Уважаемые партнеры! Окончание тренинговой программы - это всего лишь начало нового, интересного, эффективного подхода менеджеров по продажам к своим «старым» обязанностям и каждодневной работе*

* Мотивацию и продуктивный настрой на ближайшую результативность в работе
* Предполагаемый план действий после окончания тренинговой программы по дальнейшему совершенствованию своих профессиональных навыков
* Минимум 10 прописанных ответов на возражения, с которыми менеджер ежедневно сталкивается, что позволяет уже на следующий день их эффективно преодолевать
* Сформированный список минимум из 20 вопросов, которые менеджер может задать клиенту для того чтобы выявить его потребности, избежать возражений и успешно завершить продажу
* Сформированные уникальные конкурентные преимущества продуктовой линейки ТМ «VEKA», которые менеджер может использовать при аргументации в переговорах
* Разработанные стратегии по аргументации цены и ценности ключевых позиций продуктовой линейки ТМ «VEKA»