Презентация тренинговой программы

**«СОТРУДНИК КОМПАНИИ – НОСИТЕЛЬ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ В РАМКАХ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННГО ПОДХОДА»**

ПОЛНЫЙ КУРС (бизнес-тренинг) – 16 часов

СОКРАЩЕННЫЙ КУРС (семинар) – 8 часов

НА КУРСЕ ВЫ УЗНАЕТЕ:

* От чего зависит успешность любого бизнеса?
* В чем состоит социальная значимость оконного бизнеса?
* Можно ли назвать должность менеджера по продажам престижной?
* Как выделиться и чем привлечь новых клиентов?
* Как удержать уже существующих клиентов?
* Каково значение профессионально-психологических составляющих деятельности личности?
* Почему эффективное общение с клиентами и сотрудниками /коллегами компании позволяет укреплять позитивный имидж компании, формирует фирменный стиль обслуживания, и как следствие - увеличивает продажи?

**ПРОГРАММА ТРЕНИНГА:**

**1.Раздел**

«ОСОЗНАННАЯ ЛОЯЛЬНОСТЬ К СВОИМ КОЛЛЕГАМ КАК ПОВЫШЕНИЕ МОТИВАЦИИ К РАБОТЕ»

* Эффективный образ себя, как сотрудника своей Компании
* Корпоративные и личные стандарты обслуживания клиентов
* Психологические особенности восприятия поставленных задач от руководства
* Не продавайте товары или услуги, а продавайте решение проблем, комфорт, престиж и приятные ощущения от покупки!

**2.Раздел**

«УСОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ НАВЫКОВ ЭФФЕКТИВНОЙ КОММУНИКАЦИИ С КЛИЕНТАМИ»

* Ключевые моменты коммуникативной компетентности.
* Коммуникативный процесс: цели, позиции участников и средства общения
* Психологические особенности восприятия информации, поступившей от клиента
* Коммуникативные барьеры
* Техники активного слушания: формулирование правильных вопросов, уточнения и побуждения к развертыванию ответа, перефразирования и интерпретации
* Технология «ПАУК»

**3. Раздел**

«ОПРЕДЕЛЕНИЕ КЛЮЧЕВЫХ МОМЕНТОВ ОРИЕНТАЦИИ НА КЛИЕНТА»

* Формирование представления об ответственности и особенностях профессиональной деятельности менеджера
* Закрепление знания и опыта общения с клиентами
* Принципы клиентоориентированного подхода
* Выстраивание отношений с клиентами: создание позитивной, доверительной атмосферы взаимодействия с клиентом
* Методы привлечения и удержания клиентов (точки контактов)

**4. Раздел**

«НАВЫКИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ С КЛИЕНТАМИ»

«ТРУДНЫЙ» КОНТАКТ»

* С кем и почему трудно разговаривать?
* Типология «трудных» собеседников
* Способы избегания и преодоления конфликтных ситуаций при личной и телефонной беседе

РАБОТА С НЕДОВОЛЬНЫМИ КЛИЕНТАМИ

* Ответы на типичные претензии и обвинения (рекламации, возражения)
* Методы владения собой
* Выбор стратегии поведения в конфликтной ситуации
* Конструктивный подход к разрешению сложных ситуаций

**5. Раздел**

«СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНДИВИДУАЛЬНОГО СТИЛЯ ОБЩЕНИЯ С КЛИЕНТАМИ»

МЕТОДЫ САМОРЕГУЛЯЦИИ

* «Управление» эмоциями
* Методы психологической защиты
* Стрессоустойчивость

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

ПОНИМАНИЕ:

* Клиентоориентированный подход как основной тренд современного оконного бизнеса
* От чего зависит эффективная работа салона (рентабельность)
* Знание специфики оконного бизнеса – это «ключ» к успеху
* Какое влияние на результат оказывают профессионально-психологические составляющие деятельности менеджера по продажам
* Необходимость и важность трансляции корпоративных и личных стандартов обслуживания клиентов
* Эффективный образ себя как части большой Команды