

ПОДГОТОВКА К ВСТРЕЧЕ С КЛИЕНТОМ: что нужно знать и делать, чтобы первая встреча не стала последней



программа о том, как эффективно подготовиться к предстоящей встрече с потенциальным клиентом, чтобы она стала началом длительных взаимовыгодных отношений

ПОЧЕМУ ЭТО ВАЖНО

В наши дни только для того, чтобы назначить встречу с потенциальным клиентом, необходимо потратить не только массу усилий, но и времени. Всегда ли менеджеры по продажам пользуются с таким трудом полученной возможностью установить и в дальнейшем развивать бизнес-отношения с потенциальными клиентами?

Исследования компании Forrester показали: 57% опрошенных корпоративных покупателей считают, что менеджеры по продажам со стороны поставщиков приходят на первую встречу неподготовленными. Большинство B2B клиентов не устраивает процесс общения с менеджерами по продажам. Наибольший негатив вызывает то, что менеджеры говорят исключительно о своем продукте, не несут никакой ценности для покупателя и его компании и не понимают, какую роль они должны играть в процессе бизнес-общения.

Как сделать так, чтобы первая встреча не стала последней? Что нужно сделать, чтобы не упустить порой один-единственный шанс произвести положительное впечатление на потенциального клиента и получить возможность для дальнейшего развития отношений? На эти и другие вопросы мы даем ответы в программе обучения «Подготовка к встрече с клиентом: что нужно знать и делать, чтобы первая встреча не стала последней». Она поможет сфокусировать внимание на необходимости тщательной подготовки к проведению встреч с потенциальными и существующими клиентами, а также поможет понять, что именно хотят от вас клиенты и научит разговаривать с ними на их языке.

КАКИЕ ПРОБЛЕМЫ РЕШАЕТ ЭТА ПРОГРАММА

- Высокая доля одноразовых встреч и отсутствие у клиента желания продолжать диалог после первой встречи
- «Психологический барьер» и неуверенность менеджера на первой встрече
- Недостаточная убедительность менеджера на встречах с клиентом
- Отсутствие понимания целей и задач клиента

ЦЕЛЬ КУРСА

- дать алгоритм подготовки к первой и последующим встречам с клиентами
- научить правильно ставить цели встречи и добиваться поставленного результата
- научить определять потребности клиента и позиционировать свой продукт как решение проблем клиента
- повысить результативность проводимых менеджерами встреч с клиентами за счет тщательной подготовки к встречам

КОМУ БУДЕТ ПОЛЕЗНА

- ✓ менеджеры по продажам
- ✓ менеджеры по развитию нового бизнеса
- ✓ сотрудники отделов продаж и маркетинга
- ✓ все, кто вовлечен в процесс активных продаж

КРАТКОЕ СОДЕРЖАНИЕ ПРОГРАММЫ

- ⇒ Проблемы, приводящие к низкой эффективности коммерческих встреч
- ⇒ Алгоритм подготовки к встрече
- ⇒ Разработка стратегии первой встречи с клиентом
- ⇒ Цель встречи. Как ее определить
- ⇒ Необходимая и достаточная информация
- ⇒ Что хотят клиенты. Ценность вашего предложения. Позиционирование.
- ⇒ Вопросы – ключ к успеху
- ⇒ Как запрограммировать результат
- ⇒ Организационная подготовка встречи

РЕЗУЛЬТАТ

Вооружившись специально разработанными для этой программы инструментами эффективности - Алгоритмом и Чек-листом для подготовки к встрече с клиентом, а также на практике опробовав их применение, участники программы смогут:

- проводить тщательную подготовку к предстоящим встречам с клиентами, используя алгоритм из 6 этапов
- убедительно и аргументированно формулировать ценность своего предложения
- увеличить количество встреч с положительным результатом
- повысить количество бизнес-возможностей для отеля в результате встреч с клиентами, сократив при этом цикл продажи

ФОРМАТ ПРОВЕДЕНИЯ И СТОИМОСТЬ

- 2-дневный корпоративный тренинг-семинар (длительность: 16 -18 академических часов)
 - стоимость: 180 000 рублей за группу
- Онлайн курс 15 занятий (длительность: 2 месяца (занятие по 60-90 минут 2 раза в неделю + домашние задания от 30 до 60 минут, финальный тест около 60 минут)
 - стоимость: 15 900 рублей за человека, количество человек в группе – от 2 до 10

