



ИНСТИТУТ ПРАКТИЧЕСКОЙ ПСИХОЛОГИИ «ИМАТОН»

Учрежден Институтом психологии Российской Академии Наук
Лицензия №1652 от 30 декабря 2015 г.

199178, Санкт-Петербург, 10-я линия Васильевского острова, д. 59

Тел.: (812) 320-71-54, 327-55-84; тел./факс: (812) 320-71-54

E-mail: ippi@imaton.ru

www.imaton.ru

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА «МЕТОДИКА ПРОВЕДЕНИЯ ТРЕНИНГА ПРОДАЖ»

Вид образования: дополнительное профессиональное образование (повышение квалификации).

Цель: совершенствование и (или) получение новой компетенции, необходимой для профессиональной деятельности, и (или) повышение профессионального уровня в рамках имеющейся квалификации.

Категория слушателей: специалисты со средним и высшим профессиональным образованием.

Форма обучения: очная, дневная.

В результате обучения участники усовершенствуют или получают следующие профессиональные и личностные компетенции:

- освоят методику проведения тренинга;
- сформируют базовые навыки ведения тренинга продаж;
- получат опыт личного участия в данном тренинге.

Учебно-тематический план:

Наименование дисциплины	Всего (акад.ч)	В том числе		Форма контроля
		лекции (акад.ч.)	практика (акад.ч.)	
Методика проведения тренинга продаж	24	8	16	Супервизия

Календарный учебный график:

объем ОП (кол-во ак.ч.)	период ОД (кол-во учебных дней)	даты начала и окончания ОД	время начала и окончания ОД (чч.мм)	ЕОН (кол-во ак.ч.)	ЕНОН (кол-во ак.ч.)	кол-во выходных дней	срок и форма ИОМ
24	3	дд.мм.гг начала программы – дд.мм.гг окончания программы	1 день 11:00 – 12:30 12:40 – 14:10 обед 14:10 – 14:50 14:50 – 16:20 16:30 – 18:00 Все остальные дни 10:00 – 11:30 11:40 – 13:10 обед 13:10 - 13:50 13:50 – 15:20 15:30 – 17:00	8	24	0	дд.мм.гг, супервизия

ОП – образовательная программа

ОД – образовательная деятельность

ЕОН – ежедневная образовательная нагрузка

ЕНОН – еженедельная образовательная нагрузка

ИОМ – итоговое оценочное мероприятие

Учебная программа:

Тренинг как инструмент внутрикорпоративного обучения

- Возможности и ограничения тренинга как инструмента.
- Определение целей и разработка программы тренинга.
- «Продуктовый» и «коммуникативный» компоненты обучения.
- Различные форматы проведения тренинга: выгоды и риски использования.
- Типичные причины малой эффективности внутреннего обучения, возможности их устранения.
- Обратная связь заказчику о результатах обучения: ее цели и оптимальные форматы.
- Сопровождение специалистов после проведения тренинга.

Компоненты базового тренинга продаж

- Принципы конструктивных переговоров.
- Установление и развитие контакта с клиентом.
- Умение ориентироваться в интересах, потребностях и возможностях клиента.
- Деловой уровень и уровень отношений в общении с клиентом.
- Презентация товара и сопутствующих услуг (исходя из интересов клиента).
- Умение убедить. Способы преодоления возражений со стороны клиента.
- Конфликты с клиентами: профилактика конфликтных ситуаций.
- Особенности переговоров в ситуации конфликта.
- Клиент-менеджмент:
 - заинтересовать звонящего прийти в фирму;
 - заинтересовать пришедшего купить услугу;
 - заинтересовать купившего стать постоянным клиентом.
- Способы завершения сделки.

Методика проведения тренинга продаж

- Продажа как процесс переговоров.
- Цикл и этапы коммуникации применительно к процессу продажи.
- Методики формирования у продавцов необходимых навыков:
 - установления контакта с клиентом;
 - ориентации в потребностях и интересах клиента;
 - презентации товара или услуги;
 - работы с возражениями клиента;
 - завершения сделки;
 - формирования долгосрочных отношений с клиентом;
 - использования продавцами инструментов клиент-менеджмента.
- Особенности работы с группой специалистов-продавцов.
- Выбор тактики для работы с группой: «эксперт» либо «специалист по процессу».
- Акценты в работе с малоподготовленной группой.
- Акценты в работе с компетентной группой.
- Акценты в работе со смешанной группой.
- Использование тренером компетентности участников тренинга.
- Первичная диагностика деятельности службы продаж перед проведением тренинга — основные принципы.
- Сопровождение продавцов по окончании тренинга: задачи и инструменты для их решения.
- Трудные случаи в работе с группой как стимул профессионального роста тренера.

Формы работы: активное групповое обучение с использованием лекций, дискуссий, ролевых игр, упражнений, видеосъемки.