

***Szkolenie***  
***Skuteczna sprzedaż od A do Z***  
***dopasowane do potrzeb handlowców***  
***Grupy SARE S.A.***



**IKP Szkolenia**

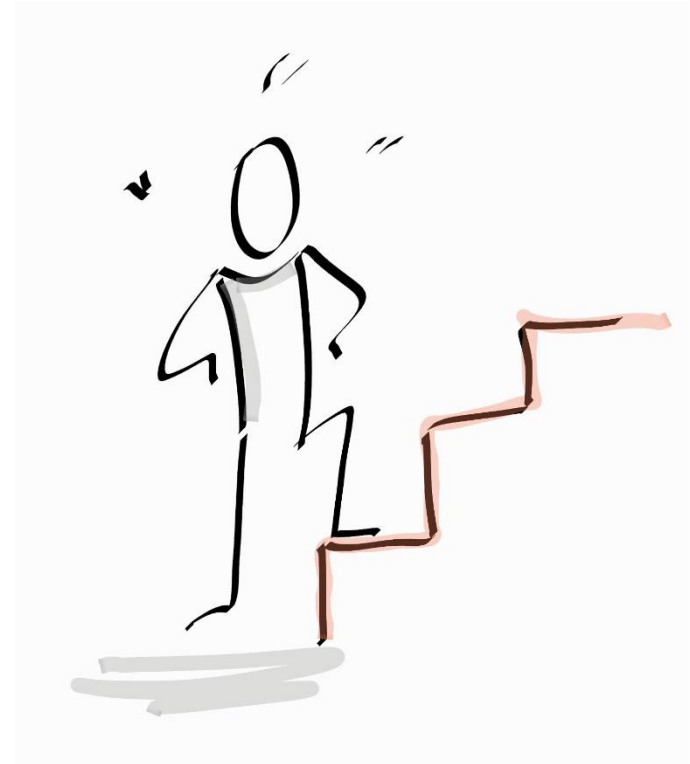
**16-17.05.2019 r.**

**TRENER : IZABELA KREJCA-PAWSKI**



# Mocne zdania – jak je tworzyć?

- **Wyraziste „korzyści”**
- **Mocne „hasło reklamowe”**
- **Luźne „gdybanie”**
- **Odwołanie do „roli”**
- **Wykorzystanie relacji**





# Mocne zdania – jak je tworzyć?

- **Wyraziste „korzyści”**

## **Konstrukcja: Opracowaliśmy sposób na ...dzięki czemu ...**

Dzwonię, ponieważ opracowaliśmy sposób na to, jak uzyskać sensowną marżę na produktach typu premium. Czy możemy o tym teraz porozmawiać?

Dzwonię, ponieważ opracowaliśmy narzędzie, które wyręcza kupców w ręcznej analizie ofert. Czy możemy o tym teraz porozmawiać?

Nasza agencja wykorzystuje sprawdzoną strategię szybkiej sprzedaży mieszkań po najwyższej możliwej do osiągnięcia cenie.

- **Mocne „hasło reklamowe”**

## **Konstrukcja: Pomagamy klientom w ...dzięki czemu ...**

Pomagamy w sytuacji, gdy nagle zabraknie materiału budowlanego i trzeba go pilnie uzupełnić.

Podejmujemy współpracę w sytuacji, gdy nagle spada cena żywca, a hodowcy tną wydatki na suplementach. Czy możemy teraz porozmawiać przez pięć minut?

Pomagamy klientom w dokonaniu audytu ubezpieczeń w firmie, dzięki czemu unikają problemów z wypłatą odszkodowań.

Uczymy jak zamienić obiekcje klientów w powody do odbycia spotkania.



- **Luźne „gdybanie”**

**Konstrukcja: Czy gdyby mógł się Pan dowiedzieć, że...to temat byłby interesujący?/chciałby Pan usłyszeć więcej?**

Dzwonię do Pana, aby zapytać, czy gdyby mógł się Pan dowiedzieć, że każdy hektar, jaki Pan ma, podnosi Pana zdolność kredytową, to temat byłby interesujący?

Czy gdybym zagwarantował Panu sprzedaż mieszkania w ciągu 180 dni, to chciałby się Pan spotkać?

Czy gdybym Panu powiedział, że zrobienie zdjęć 3 krotnie zwiększa szansę na szybką sprzedaż mieszkania, to chciałby Pan dowiedzieć się więcej?

- **Odwołanie do „roli”**

**Konstrukcja: Pana rolą jest ... a ja mam coś, co prawdopodobnie ułatwi Panu ...**

Dzwonię do Pani, ponieważ odpowiada Pani za zarządzanie łańcuchem dostaw, a ja mam coś, co prawdopodobnie może usprawnić ten proces. Czy to dobry moment na 5 minut rozmowy?

Dzwonię do Pana, ponieważ prowadzi Pan firmę dekarскую, a ja mam zestawienie z rynku dekarского, które być może ułatwi Panu pracę. Czy to dobry moment na 5 minut rozmowy?



- **Wykorzystanie relacji**

**Konstrukcja: Ostatnio ważne było dla Pana ... i dlatego wracam**

Dzwoniłem do Pana wczoraj, ale nie mógł Pan rozmawiać i prosił abym zadzwonił dzisiaj o 14.00. Przypomnę, że pomagamy naszym klientom w obniżeniu kosztów związanych z zarządzaniem łańcuchem dostaw i ...

- **Sekretarki**

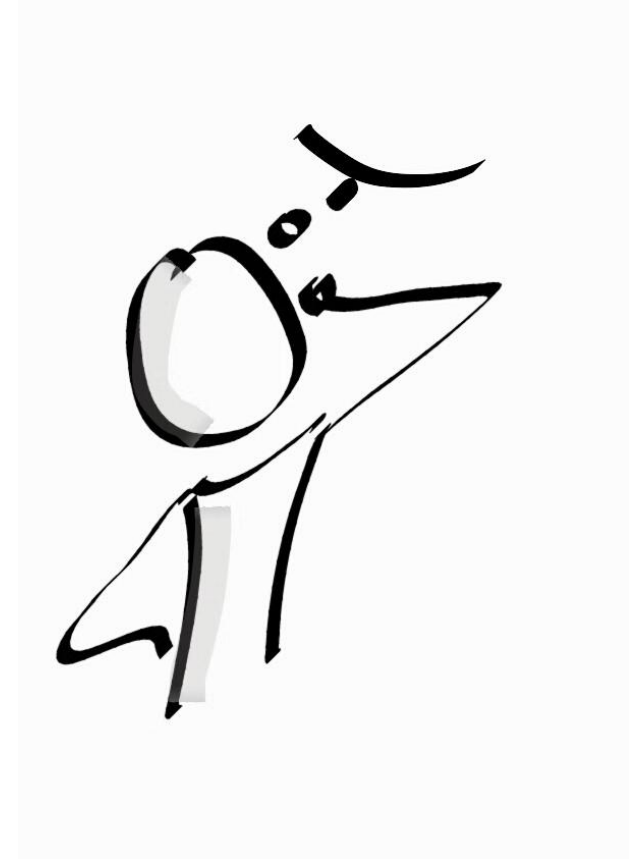
Wdrażamy narzędzia, które umożliwiają wygenerowanie w firmach produkcyjnych, takich jak Państwa, nawet 1,5 miliona oszczędności w skali roku - z kim mogę na ten temat porozmawiać? /czy taka informacja będzie przydatna dla Państwa zarządu?

Dzwonię ponieważ na pewno jest Pani osobą najlepiej zorientowaną w strukturze Państwa firmy. Z kim mógłbym porozmawiać o ograniczeniu Państwa kosztów zakupu oprogramowania i profesjonalnym wsparciu dla Państwa pracowników?



# Jak zadawać pytania?

„Magiczne pytanie”  
Hal Becker



## Warto stosować je w układzie:

1. Pytanie otwierające klienta
2. Pytanie o problemy/potrzeby
3. Pytanie pogłębiające o problemy/o potrzeby



## Pytania tworzą potrzebę zakupu:

- Proszę mi opowiedzieć, w jaki sposób będą Państwo dokonywali selekcji możliwości na zakupu domu?
  - Proszę mi powiedzieć, jakie tematy szkoleń zamkniętych planują Państwo realizować w tym kwartale?
- Proszę mi opowiedzieć o tym jak wygląda u Państwa proces wyboru oferty / co będzie decydowało o wyborze ostatecznego rozwiązania?
  - Jak ma Pan poukładane plany związane z budową?

### Następnie zadajemy pytania pogłębiające:

- Na jakie problemy Pan natrafił?
- Które elementy oferty nie spełniają oczekiwań/ były poniżej oczekiwań?
  - Co jeszcze sprawiało kłopoty?/ Co jeszcze było ważne?
    - A oprócz tego, co jeszcze?



# Sekwencje strategicznych pytań

## Warto zawsze „badać”:

- Proces wyboru/ zwyczaje zakupowe
- Jak zwyczajowo oglądają/czytają oferty (na co patrzą)
  - Relacje w „kole decyzyjnym”
- Jak to się stało, że wybrali poprzedniego dostawcę

## Prywatne oczekiwania/ potrzeby/ interesy naszego „advokata”:

- Jak ma relacje z swoim szefem/szefową? (lubi/ boi się itp.)
- Czy chce: świętego spokoju, wprowadzić zmianę, potrzebuje poparcia w firmie, chce odzyskać pozycję, awansować itp.
  - Jak chce się czuć w firmie dzięki transakcji?





# Rodzaje pytań

## **Pytania dotyczące sytuacji (sytuacyjne):**

- Jakich rozwiązań obecnie Państwo używają?

## **Pytania problemowe:**

- Od jak dawna mają Państwo ten problem w dziale finansów?
  - Na ile wyniki spełniają oczekiwania zarządu?

## **Pytania implikacyjne (pokazują konsekwencje):**

- Potrafię sobie wyobrazić, że poleganie na jednym dostawcy może rodzić problemy. Czy nie zdarzają się Państwu opóźnienia?
  - Czy to może spowodować wzrost kosztów?

## **Pytania sugerujące (naprowadzające):**

- Zatem jeśli zastosujemy dodatkowy audyt eliminujący zbędne koszty, czy to pozwoli ograniczyć wydatki w dziale?



# Zrób „sprzedającą prezentację”

Mów słowami klientów, pokazuj efekty, pokazuj powody:

- Adresuj potrzeby
- Klienci się zdecydowali, pomimo, że ...
- Transformacje („historie sukcesów”)
- Zrób emocjonujący „trailer”





# Zaczynaj od efektów dla klienta

## Zamiast mówić:

Konferencja trwa tylko 1 dzień, a zawiera 5 kluczowych zmian w RODO, jakie musi Pan znać.

Podczas szkolenia nauczysz się 5 kroków elastycznego zarządzania czasem, dzięki którym będziesz kończył każdy dzień z poczuciem satysfakcji.

## Mów:

Będzie Pan znał wszystkie 5 obowiązujących i kluczowych zmian o RODO, ponieważ zostaną dokładnie omówione w ciągu 1 dnia konferencji.

Będziesz kończył każdy dzień z poczuciem satysfakcji i dobrze wykonanej pracy, stosując 5 kroków zarządzania czasem.

**Sprzedawaj konkretne wyniki, rezultaty, efekty i korzyści prezentując to, co jest ważne dla klient, a dopiero później podawaj szczegóły.**





# Trafiaj prosto w potrzeby klientów

**Konstrukcja:** Potrzeba wyrażona przez klienta + cecha + korzyść „dzięki temu”/ „oznacza to”+ co z tego wynika.

**Przykład:** Jeżeli zależy dla Pani Dr na prestiżu Gabinetu i zadowoleniu Pacjentek proponuję/ warto zastosować narzędzia jednorazowe, które zapewniają utrzymanie wysokich standardów higienicznych.

- Potrzeba klienta: zachowanie prestiżu gabinetu, utrzymanie standardów higienicznych.
- Cecha: narzędzia są jednorazowe, więc nie wymagają sterylizacji.
- Korzyść dla klienta: pozwalają zachować higienę i bezpieczeństwo wykonywanych badań.





# Pokazuj, co przekonuje innych klientów

**Konstrukcja:** Nasi klienci zdecydowali się na zakup **pomimo** ..., ponieważ ostatecznie przekonało ich to, że ...

## **Przykładowo:**

Właściciele firm usługowych, o zbliżonym do Pana profilu, decydują się na zakup pomimo, że także uważają cenę za wysoką. Po prostu przekonuje ich wartość bonusów, dzięki którym dodatkowo mają zagwarantowaną promocję na facebook'u.

+ pytanie





# Zrób emocjonujący „trailer” spotkania

Pokaż, że spotkanie będzie  
równocześnie korzystne i logiczne: np.

- Widzę, że mamy o czym rozmawiać ...

## 1 krok: Pokaż korzyść (lub problem)

Firmy, z którymi współpracujemy mają często problem z długim czasem  
uzbrajania maszyn...

## 2 krok: Pokaż konkrety – co się będzie działo na spotkaniu

... i dlatego proponuję 30 minut spotkania, podczas którego pokażę ...  
narzędzie, które zwiększa efektywność produkcji, a koszty  
pozostawia bez zmian ...

... spotkanie będzie krótkie i konkretne ...





# Metoda coachingowa - pytania, pytania

**[Klient]:** Nie chcę nic zmieniać.

- Jakie argumenty mogłyby przekonać Pani szefa do zamówienia?
- Co by Panią przekonało do rozpoczęcia działania już teraz?
- Co jeszcze chciałby Pan wiedzieć o usłudze, aby chcieć ją zamówić?
- Co powinienem dodać, aby zgodziła się Pani na uzupełnienie zamówienia?
- Jakie przeszkody stoją na drodze do zamówienia prenumeraty?

**[Klient]:** Proszę wysłać ofertę na maila.

- Zanim to zrobię, dopytam, o czym chciałby Pan przeczytać w ofercie?



# Perswazyjne omijanie obiekcji

**...doskonale to rozumiem i ...**

**...rozumiem, że...**

..i właśnie dlatego..

...wielu klientów tak mówi, dopóki..

...wielu naszych nowych klientów też tak twierdziło...



**(metoda „świetnie się składa”)**





# Sprzedawaj do samego końca

## Mocne podsumowanie:

Panie Marku, na potwierdzenie moich słów wysyłam Panu informacje na e-maila. Propozycja jest bardzo czytelna, dlatego zapoznanie się z nią zajmie Panu dosłownie 5 minut, a korzyści są ogromne! Proszę potraktować rozwój fanpage jako inwestycję. Podczas kolejnej rozmowy omówimy ...

Podsumowując, powierzając nam opiekę nad fanpage, zyska Pan (korzyść 1), dodatkowo (korzyść 2), oprócz tego (korzyść 3), a także (korzyść 4). Co ważne, zależało Panu szczególnie na elastycznej umowie i dokładnie taką gwarantujemy i dlatego zapytam, czy biorąc to wszystko pod uwagę, decyduje się Pan na współpracę?





# Zamknięcie warunkowe w sprzedaży

- Jeżeli dobrze rozumiem, chcecie podpisać umowę?  
(parafraza dot. wątpliwości)
- Jeżeli zatem uda się nam załatwić obniżenie ceny, tak jak proponujemy, to będziemy mogli podpisać umowę?  
(klaryfikacja intencji)
- Czy to jest jedyny powód uniemożliwiający podpisanie umowy?  
(pytanie pogłębiające i sondujące nastawienie do „czystej gry”)
- A zatem umawiamy się, że jeżeli obniżymy cenę podpisujemy umowę na szkolenie, TAK?
- (kontrakt)





# Sprzedawaj do samego końca

## Zamknięcie bilansowe: gdy klient ma obiekcje ...

- Podsumowując, faktycznie, mamy ceny wyższe niż konkurencja,
- **jednak nie zmienia to faktu, że**
- **(korzyść 1)** zaufały nam największe firmy,
- **(korzyść 2)** nasi klienci notują wzrosty sprzedaży o ...%,
- **(korzyść 3)** ilość wejść zwiększa się średnio o ... ,
  
- ... **jestem też absolutnie przekonany, że** .... i dlatego zapytam, czy biorąc to wszystko pod uwagę, czy decyduje się Pan na współpracę?





**IKP Szkolenia**

---

**INSPIRUJ SIĘ KAŻDEGO DNIA !**



**BLOG I PREZENTY**

[www.izakrejcapawski.pl](http://www.izakrejcapawski.pl)



**FACEBOOK I TRANSMISJE LIVE**

[Facebook.com/izakrejcapawski](https://www.facebook.com/izakrejcapawski)



**SKLEP Z KSIĄŻKAMI**

[www.SKLEP.izakrejcapawski.pl](http://www.SKLEP.izakrejcapawski.pl)