



NOTIUNI DE VANZARI DE AVANSATE

Target: agenti de vanzari cu experienta peste 1 an

Ziua 1

- Demers pedagogic inductiv: metoda SOGA
- Sarcinile agentului de vanzari
 - o Ce inseamna sa vinzi
 - o Misiunile unui vanzator
 - o Pasii procesului de vanzare
- Pregatirea procesului de vanzare
 - o Stabilirea unor obiective. Notiunea de obiectiv SMART.
 - o Utilizarea unui istoric al clientilor in activitate.
 - o Pregatirea psihologica versus pregatirea fizica
 - o Cunostiintele de baza necesare oricarui agent de vanzari
 - o Planul de vanzari. Introducerea notiunii de planificare.
- Observarea in magazin
 - o Importanta unui spirit de observatie bun
 - o Observarea magazinului
 - o Observarea competitiei
 - o Observarea activitatilor promotionale
 - o Verificarea respectarii promotiilor agreate in centrala de catre IKA
 - o Observarea raftului. Identificarea produselor in out of stock.
 - o Observarea exteriorului magazinului, panotaje, marketing exterior
- Role play: verificarea gradului de atentie si receptivitate teorie
- Contactul cu clientul
 - o Importanta valorizarii persoanei din fata ta. Atitudine pozitiva.
 - o Regula 4 x 20 detaliat: atitudine, cuvinte pozitive si negative, tendinta de a abandona fara lupta, etc...
 - o Tipuri de contact: verbal, vizual si fizic. Impact in comunicare.
- Role play: contact pozitiv versus contact agresiv. Clientul prietenos si cel agresiv. Studii de caz.

Ziua 2

- Identificarea nevoilor clientului
 - o Tipologia clientului. Caracteristicile fiecarui tip de client.
 - o Modalitati de abordare si de vanzare pentru diferite tipuri de clienti.
 - o Ascultarea activa. Reformularea intrebarilor.



- Intrebări închise versus întrebări deschise. Tehnici de utilizare a lor.
- Metoda palniei în identificarea nevoilor reale
- Comunicarea. Prisma comunicării și riscul unor neînțelegeri în comunicare.
- Role play: ascultare activă și reformulare
- Identificarea motivațiilor și a nevoilor reale ale clienților
- Role play: abordarea celor 4 tipuri de clienți. Studii de caz + discutarea lor în grup.

Ziua 3

- Argumentarea
 - Promisiuni -> argumente -> dovezi
 - Cum aduc argumente care să răspundă la așteptările clientului?
 - Demonstratia. Tehnici teatrale.
 - Sublinierea avantajelor clientului
 - Utilizarea cifrelor, a statisticilor și a materialelor de vânzare în susținerea argumentației. Noțiunea de sales presenter / sales support.
 - Enunțarea și sumarizarea regulilor de bază ale unei bune argumentări
 - Role play: argumentarea (Motivația, nevoia și constrângerea predefinite)
- Tratarea obiecțiilor clienților
 - Anticiparea obiecțiilor
 - Vânzătorul întrerupe
 - Vânzătorul agresiv
 - Vânzătorul rigid
 - Vânzătorul dezorientat
 - Vânzătorul neatent
 - Întâmpinarea și discutarea obiecțiilor
 - Obiecții reale versus obiecții false
 - Metoda de tratare a obiecțiilor
 - Identificarea semnalelor de cumpărare
 - Role play: tratarea obiecțiilor celor mai comune. Discuții de grup
 - Stoc suficient
 - Lipsa banilor / nivelul prețurilor
 - Lipsa factor de decizie
 - „Nu am timp”

Ziua 4

- Încheierea unei vânzări
 - Tehnici de încheiere a vânzării
 - Role play: încheierea vânzării
- Vânzarea „indirectă”. Vânzarea de concepte.
 - Obținerea spațiului la raft
 - Listarea unor produse suplimentare în magazin



R2M CONSULTANTS

ROUTE 2M CONSULTANTS

- Pozitionarea de material de reclama
 - Implementarea unui standard de mercantizare
- Analiza vizitei si stabilirea obiectivelor pentru vizita viitoare

- Mercantizarea
 - Importanta mercantizarii
 - Notiuni de baza pentru mercantizare
 - Rolul POSM in procesul de vanzare
- Recapitularea conceptelor prezentate in cele 4 zile