

Prospecting, czyli jak aktywnie pozyskiwać Klientów

O sukcesie w sprzedaży decydują różne umiejętności handlowców związane z prowadzeniem rozmowy, diagnozą potrzeb, radzeniem sobie z obiekcjami. Im lepiej potrafimy wykorzystywać różne narzędzia, tym większe mamy sukcesy. Ale żeby mieć okazje skorzystać z naszego arsenału, musimy tego Klienta znaleźć i tu zaczynają się schody – wielu handlowców zapomina, że efektywność w naszej pracy zaczyna się w czasie efektywnego planowania i poszukiwania Klientów. Im lepiej potrafimy zdefiniować, z którymi Klientami powinniśmy pracować tym łatwiej jest nam później odnieść sukces.

Czy wiecie ile trzeba przeprowadzić wstępnych rozmów telefonicznych, aby umówić się na spotkanie? A ile spotkań powinniśmy zaplanować, aby zdobyć jednego Klienta lub kontrakt? Jak powinniśmy szukać Klientów, ile spotkań i wysłanych maili planować w każdym dniu, tygodniu, miesiącu? Jakie godziny są najlepsze na rozmowy telefoniczne, a jakie na spotkania? Handlowcy, którzy odnoszą sukcesy doskonale to wszystko wiedzą i postanowili się podzielić swoją wiedzą podczas dwudniowego intensywnego warsztatu uczącego, jak na bazie własnych doświadczeń, wykorzystując proste narzędzia analizy statystycznej poprawić w sposób zaskakujący – nawet dla doświadczonych handlowców – swoją efektywność.

Zapraszamy na szkolenie, które adresowane jest tylko do tych handlowców, którzy opanowali już doskonale proces prowadzenia sprzedaży, diagnozę potrzeb Klientów, radzenie sobie z obiekcjami i domykanie sprzedaży i pomimo tego, że są doskonałymi handlowcami, nie mogą zwiększyć odpowiednio swojej efektywności. To szkolenie jest adresowane właśnie do Was. Sukces zaczyna się na początku - czyli na etapie analizy i planowania swoich działań. Ale jest jeden warunek - trzeba wiedzieć jak to robić skutecznie i tego dowiecie się właśnie na szkoleniu.

Głównym celem szkolenia jest wyposażenie handlowców we wszystkie niezbędne narzędzia służące pozyskiwaniu Klientów.

W trakcie szkolenie uczestnicy pogłębią swoją wiedzę na temat:

- najważniejszych elementy prospectingu,
- narzędzi związanych z prowadzeniem analiz prospectingowych,
- odpowiedniego planowania pracy sprzedażowej korzyści wynikających z aktywnej analizy danych sprzedażowych,
- schematu rozwijania rynku sprzedażowego,
- metod poszukiwania Klientów oraz gdzie szukać, jak rozwijać rynek, jak zdobywać referencje,
- standardu pracy prospectingowej,
- zasad dopasowywania systemu do specyfiki rynku oraz procedur sprzedażowych.

Po szkoleniu uczestnicy będą potrafili:

- zaplanować efektywne działania prospectingowe,
- prowadzić analizy danych w kierunku stworzenia standardu prospectingowego,
- nawiązywać kontakty z wykorzystywaniem referencji,
- wyszukiwać osób stanowiących dobre źródło referencji,
- wykorzystywać narzędzia prospectingu w pracy handlowej,
- umawiać się na spotkania podczas rozmowy telefonicznej.

Grupa docelowa	Szkolenie dedykowane jest dla doradców handlowych, sprzedawców, telemarketerów, dla wszystkich osób, które w ramach swoich obowiązków pozyskują nowych Klientów i szukają inspiracji w zakresie metod pozyskiwania i tworzenia baz potencjalnych klientów. Szkolenie polecane jest osobom z doświadczeniem zawodowym, jak i rozpoczynającym pracę.
Program szkolenia	Szczegółowy zakres szkolenia zostanie dopasowany do specyfiki firmy, branży oraz potrzeb Klienta.
Metody pracy	Szkolenie ma charakter warsztatowy. Ponad 80% czasu przeznaczone jest na ćwiczenia angażujące wszystkich uczestników w celu wypracowania i przećwiczenia konkretnych umiejętności. W trakcie szkolenia odwołujemy się do zasad efektywnego uczenia się dorosłych. Wykorzystane zostaną następujące techniki: burza mózgów, ćwiczenia indywidualne i grupowe, testy, gry symulacyjne, analizy case study, psychodrama.
Charakter szkolenia	Otwarte lub wewnętrzne realizowane w grupie od 4-16 osób lub według indywidualnych ustaleń.
Czas trwania	Od 2 do 6 dni. Każdy z modułów szkoleniowych trwa 90 minut. Szkolenie odbywa się w godzinach 9-17 lub w uzgodnionych indywidualnie z Klientem.
Materiały szkoleniowe	Materiały szkoleniowe są uzupełnieniem do materiału omawianego w trakcie szkolenia. Uczestnicy otrzymują je w formie drukowanej.
Miejsce realizacji szkolenia	W siedzibie Klienta lub w miejscu przez niego wskazanym.
Raport poszkoleniowy	Po realizacji szkolenia przygotowujemy jest raport zawierający podsumowanie szkolenia, najważniejsze wnioski, rekomendacje dotyczące działań na przyszłość.
Wsparcie szkoleniowe	W ciągu jednego miesiąca po szkoleniu służymy wsparciem. Zapraszamy do kontaktu, zadawania pytania odnośnie zagadnień realizowanych na szkoleniu.

**Wyślij zapytanie, a przedstawimy Ci szkolenie dostosowane
do specyfiki i potrzeb Twojej firmy!**

Zapraszamy do kontaktu, tel. 22/ 839 55 99 wew. 225

MCS sp. z o.o. sp. k., ul. Czerna 14, 00-732 Warszawa

mcs@mcs.edu.pl, www.mcs.edu.pl