

Techniki obrony ceny - aspekty psychologiczne

Rozmowa o cenie, to jeden z najtrudniejszych etapów rozmowy handlowej. Wielu handlowców boi się usłyszeć: „jesteście za drodzy”, „wasze ceny są za wysokie”, „konkurencja daje mi lepszą propozycję”. Niezależnie od tego, jaki sposób reakcji na słowa Klienta wybierzemy, o jednym musimy pamiętać. Klient nie kupi produktu czy usługi od handlowca, który nie wierzy w to, co sprzedaje.

Kiedy Klient mówi "za drogo" paradoksalnie nie oznacza to, że nie chce kupić, tylko, że właśnie interesuje się naszym produktem czy usługą. Aby umiejętnie odpowiedzieć na zarzuty ze strony Klienta i poprowadzić rozmowę, tak aby cena nie straszyla, zapraszamy na nasze szkolenie, w trakcie którego cena będzie występować w roli głównej. Będziemy dyskutować o tym jak rozmawiać o cenie, jak ją przedstawiać i jak udzielać rabatów, czyli jak określić optymalną strategię cenową.

Głównym celem jest przygotowanie handlowców na pewne i efektywne prowadzenie rozmowy handlowej, ze szczególnym naciskiem na rozmowę o cenie.

W trakcie szkolenie uczestnicy pogłębią swoją wiedzę na temat:

- schematu podejmowania decyzji przez Klientów,
- najważniejszych czynników psychologicznych i osobowościowych wpływających na odbiór ceny przez Klientów,
- metod zarządzania ceną w polityce rynkowej firmy,
- poziomów zarządzania strategicznego ceną,
- najważniejszych zasad udzielania rabatów i upustów,
- roli programów lojalnościowych z perspektywy definiowania ceny.

Po szkoleniu uczestnicy będą potrafili:

- określać ceny produktu / grupy produktów / na rynku,
- agregować informacje niezbędnych do definiowania ceny,
- optymalnie zorganizować etapy procesu zarządzania strategicznego ceną,
- przeprowadzić analizę otoczenia konkurencyjnego – w kierunku określenia własnej strategii cenowej,
- zbadać poziom wrażliwości cenowej i optymalnego poziomu cen w szczególności PSM (badanie wrażliwości cenowej),
- budować segmentację odbiorców w relacji do cen.

Grupa docelowa	Szkolenie dedykowane jest osobom, które odpowiadają za kształtowanie polityki cenowej i rabatowej oraz do menadżerów i pracowników, którzy odpowiedzialni są za programowanie działań sprzedażowych i budowanie oferty rynkowej firmy.
Program szkolenia	Szczegółowy zakres szkolenia zostanie dopasowany do specyfiki firmy, branży oraz potrzeb Klienta.

Metody pracy	<p>Szkolenie ma charakter warsztatowy. Ponad 80% czasu przeznaczone jest na ćwiczenia angażujące wszystkich uczestników w celu wypracowania i przećwiczenia konkretnych umiejętności.</p> <p>W trakcie szkolenia odwołujemy się do zasad efektywnego uczenia się dorosłych.</p> <p>Wykorzystane zostaną następujące techniki: burza mózgów, ćwiczenia indywidualne i grupowe, testy, gry symulacyjne, analizy case study, psychodrama.</p>
Charakter szkolenia	Otwarte lub wewnętrzne realizowane w grupie od 4-16 osób lub według indywidualnych ustaleń.
Czas trwania	<p>Od 2 do 6 dni.</p> <p>Każdy z modułów szkoleniowych trwa 90 minut. Szkolenie odbywa się w godzinach 9-17 lub w uzgodnionych indywidualnie z Klientem.</p>
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. Czerska 14, 00-732 Warszawa

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