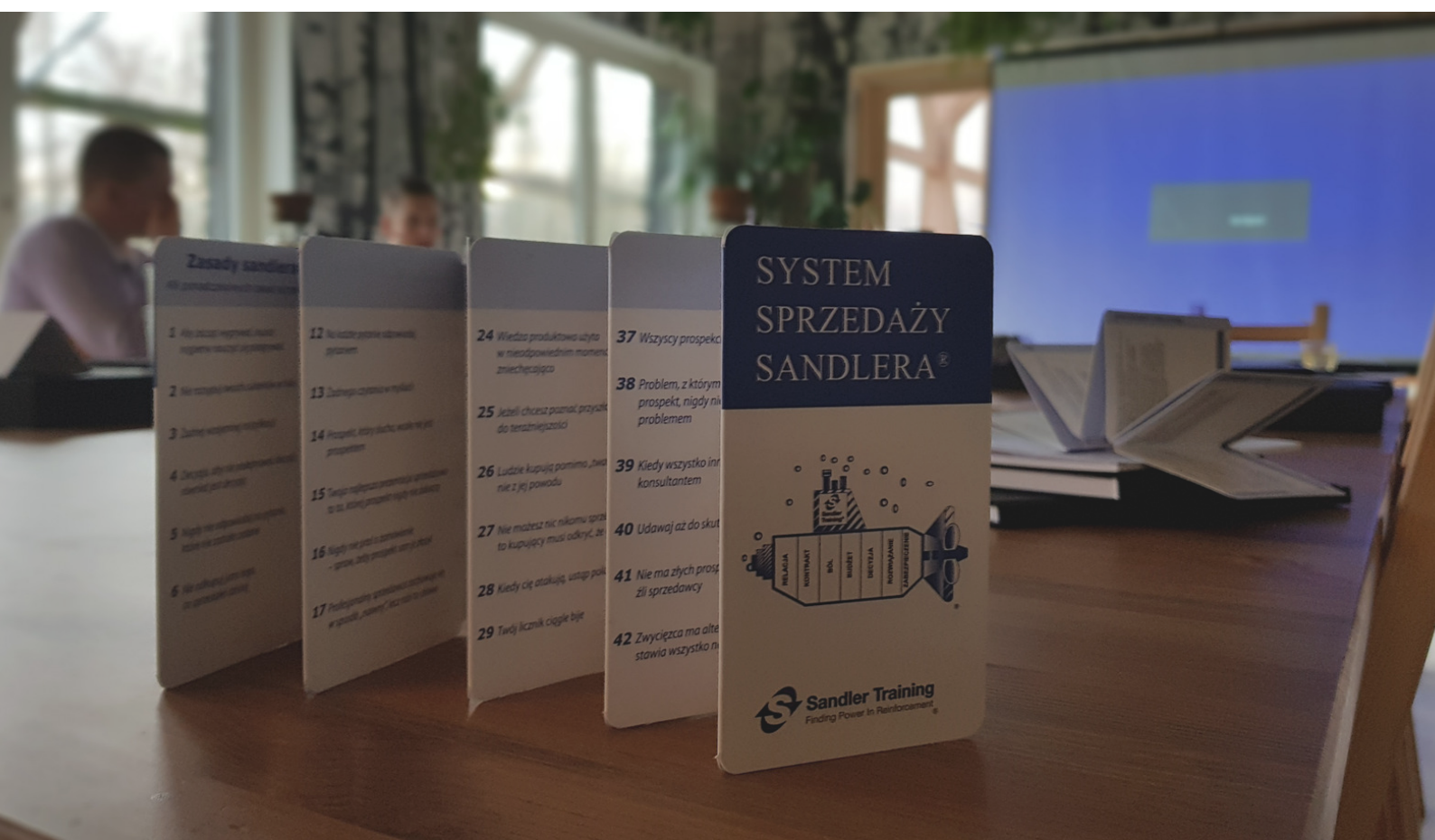


SANDLER SELLING SYSTEM "FOUNDATIONS"



Szanowni!

Jest mi niezmiernie miło złożyć na Wasze ręce specjalną ofertę programu Sandler Selling Solutions "Foundations".

W praktyce Foundations to 2 dniowe szkolenie oparte o metodykę Sandler Selling System.

W materiale znajdziecie informacje:

- Dla kogo Sandler?
- Czego uczy Sandler? Cele szkoleniowe.
- Czego uczy Sandler? Zagadnienia szkoleniowe.
- Kilka słów o metodyce sprzedaży Sandlera.
- Kilka słów o trenerze prowadzącym.

Będzie mi niezmiernie miło jak zobaczymy się 8-9 sierpnia.

W przypadku pytań, bardzo chętnie porozmawiam.

Arkadiusz



Dla kogo Sandler?

Handlowcy, którzy najczęściej korzystają ze szkoleń Sandlera, to osoby, które szukają rozwiązań dla następujących problemów występujących w sprzedaży:

- Trudność w „dobiciu” się odpowiednich osób i ich zainteresowaniu (pozyskiwanie/ rozwijanie),
- Przeciągający się proces decyzyjny po stronie klienta,
- Ciągła konieczność pokonywania obiekcji i wątpliwości klienta (częsta presja ceny, silna pozycja handlowa kupującego),
- Duże oczekiwania klienta związane z aktywnością sprzedawcy (spotkania, demonstracje, prezentacje, doradztwo, itd.) i stosunkowo niska efektywność,
- Częste/ długie kontakty z potencjalnymi klientami, którzy obiektywnie nie staną się klientami rzeczywistymi.

Właściciele, korzystają z Sandlera, jeżeli:

- Szukają sposobów na powiększanie puli klientów, w sytuacji, kiedy przetrwanie ich przedsiębiorstwa jest związane z utrzymaniem nieustannej ekspansji,
- Zarządzają działem handlowym borykającym się z prognozami braku wzrostu sprzedaży,
- Doświadczają wysokiej rotacji w dziale handlowym i są zaangażowani w proces rekrutacji nowych handlowców,
- Tracą handlowców, w których szkolenie zainwestowali pokaźne zasoby, a którzy zasilają szeregi konkurencji,
- Nadzorują skomplikowane, wieloetapowe procesy handlowe, które wymagają głębokiej wiedzy branżowej.

Sprzedający specjaliści (wolne zawody) korzystają z Sandlera, jeżeli:

- Oddają za darmo - a nie sprzedają - swoją własną wiedzę i usługi,
- Wchodzenie w rolę sprzedawcy kojarzy im się nieprzyjemnie z „wciskaniem” i manipulacją,
- Sprzedają tylko poszczególne usługi, a nie potrafią zdyskontować swojej roli jako doradcy.

Czego uczy Sandler?

jakie są cele i zagadnienia szkoleniowe?

Celem szkolenia jest wzmocnienie kompetencji sprzedażowych oraz zapoznanie z systemem prowadzenia relacji handlowej opartym na modelu Sandler Selling System. Szkolenie pozwoli na poznanie najważniejszych założeń modelu oraz przećwiczenie wybranych technik wywierania wpływu. Program będzie zakładał pokazanie 3 perspektyw, w ramach których uczestnicy mogą zmieniać i wzmacniać swoje działania biznesowe:

Perspektywa: od **RELACJI do BIZNESU**. Uczestnicy:

- przećwiczą zasady tworzenia wizerunku „doradcy”, a nie „sprzedawcy” w komunikacji z klientem poprzez zrozumienie jego wyzwań biznesowych;
- zaczną budować zaufanie oparte na uznaniu wiedzy i pozycji klienta;
- przygotują się do zarządzania przebiegiem spotkania handlowego, czyli korzystania z zasad i reguł uzgadnianych z klientem na każdym etapie kontaktu;
- zobaczą, jak stosować strategię radzenia sobie z wymagającymi i często „roszczeniowo” nastawionymi klientami, żądającymi kosztownych ustępstw.

Perspektywa: od **SZCZĘŚLIWEGO TRAFU do KWALIFIKOWANEGO WYBORU**. Uczestnicy:

- zobaczą, jak „kwalifikować” (rozpoznawać potencjał zakupowy) klienta i szacować możliwości współpracy;
- przećwiczą, jak wzmacniać motywację do zakupu (angażować klienta);
- zaczną wpływać na graczy biorących udział w procesie decyzyjnym w celu zabezpieczenia sprzedaży.

Perspektywa: od **SCEPTYCZMU do EKSPANSJI**. Uczestnicy:

- będą potrafili budować swój rynek w oparciu o prospektów z największym potencjałem;
- będą w stanie skutecznie reagować na nieprzewidziane sytuacje (naciski i ataki klientów) i budować w ten sposób swoją przewagę biznesową.

ZAGADNIENIA SZKOLENIOWE

warsztat oparty na metodyce Sandler Selling System – 2 dni

SPOTKANIE 8–9.08

Sandler Selling System – filozofia modelu

- Najważniejsze pułapki i zagrożenia standardowych relacji między kupującym i sprzedającym.
- Psychologiczne gry klientów w procesie współpracy.
- Alternatywny system sprzedaży - podstawowe założenia Sandler Selling System.

Innowacja w relacji

- Łamanie schematu konwencji relacji - unikanie barier i "zmyśleń" w kontakcie handlowym.
- Zarządzanie i kontrolowanie procesu komunikowania się.
- Diagnozowanie rzeczywistej gotowości do współpracy, budowanie niestandardowej relacji z klientem (Strategia Negatywnego Odwracania); dystans w rozmowie handlowej.

Zarządzanie procesem sprzedaży i tzw. profilaktyka oporu klienta

- Kontraktowanie. Tworzenie umów na działania.
- Urealnianie zobowiązań.

Kwalifikacja klienta – budowanie nowych możliwości – psychologiczne aspekty prowadzenia rozmowy handlowej i dokonywania zobowiązań klienta

- Budowanie i weryfikacja motywacji zakupowej. Praca z "bólem" i "dyskomfortem" klienta – prowadzenie rozmów nakierowanych na wzmacnianie i kreowanie potrzeb zakupowych.
- Diagnoza gotowości o współpracy. Rozmowa o inwestycji i zaangażowaniu.
- Przygotowywanie taktyki prezentacyjnej. Rozmowa o procesie decyzyjnym. Diagnoza sieci wpływu w organizacji.

Zamykanie transakcji

- Retoryka prezentacji (język „bólu”, termometr sprzedaży).

o Sandlerze

Sandler Training Polska Sp. z o.o. (dawniej ClientDirect - grupa House of Skills) jest licencjonowanym partnerem światowego lidera w zakresie szkoleń dedykowanym siłom sprzedaży, jakim jest Sandler System Ltd. (właściciel marki Sandler Training). Jesteśmy częścią światowej sieci Sandler Training – największej na świecie organizacji szkoleniowej (ponad 250 Oddziałów w 25 krajach). Prowadzimy projekty szkoleniowo-doradcze dla klientów instytucjonalnych i jednocześnie budujemy strukturę regionalnych biur Sandlera na terytorium Europy Centralnej (Master Franchisee). W Polsce funkcjonuje aktualnie 5, niezależnych centrów szkoleniowych Sandler Training.

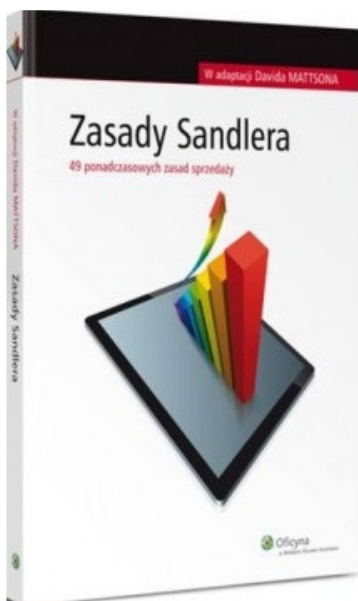
know-how

Większość sprzedawców działa według bardzo podobnego modelu prowadzenia działań handlowych. Model ten jest powszechnie znany potencjalnym klientom, którzy zdążyli już wypracować mechanizmy obronne i nauczyli się dość efektywnie "unikać" sprzedawców. Skuteczny system pracy sprzedawcy powinien więc zrywać ze standardowym sposobem pracy. Wszelkie oferowane przez nas programy szkoleniowe, niezależnie od grupy celowej i specyficznych akcentów tematycznych, oparte są na modelu stworzonym przez Davida Sandlera (Sandler Selling System) i stale rozwijanym merytorycznie na przestrzeni ostatnich 20 lat. Kluczowym filarem modelu Sandlera jest innowacyjna relacja handlowa (a także menedżerska) oparta na bardzo bezpośrednim podejściu w procesie komunikowania się z klientami (i podwładnymi). Nie stosujemy typowej presji i argumentacji sprzedażowej, lecz budujemy wpływ w taki sposób, aby klient sam "przejmował" inicjatywę w podejmowaniu decyzji o kolejnych krokach w procesie zakupowym. Czasem dziwić może poddawanie w wątpliwość różnych ustaleń i propozycji, czy specyficzny "dystans" sprzedawcy wobec własnej roli. Jednocześnie każde, nawet z pozoru drobne działanie podejmowane jest zawsze z wizją efektu końcowego, prowadząc sprzedawcę do celu. Czasem zaskakująca naturalność i łamanie schematu typowej rozmowy handlowej, w szczególności w kontekście kolejności (!) podejmowania poszczególnych kroków przez sprzedawcę, stosowanych technik sprzedaży, a także budowanego wizerunku handlowca, stanowi fundament Sandler Selling System.



Kolejny rok z rzędu Sandler Training znalazła się na liście Top know-how (w obszarze merytorycznym: sprzedaż) na świecie wg prestiżowego portalu training industry.

Opis historii powstania modelu oraz główne jego założenia zostały opisane w pierwszym polskim wydaniu kultowej już na świecie książki autorstwa Davida Sandlera "Nie nauczysz dziecka jazdy na rowerze w trakcie prelekcji."



W Polsce jest już także obecny światowy bestseller (Wall Street Journal) "49 Zasad andlera", który stanowi swoisty przewodnik) innowacyjnym stylu prowadzenia rozmowy handlowej.

Dostępny jest także jeden z prawdopodobnie najdziwniejszych filmów o sprzedaży :)
[kliknij w obrazek]



KILKA SŁÓW O TRENERZE PROWADZĄCYM

ARKADIUSZ CHŁUDZIŃSKI



Posiadam ponad 10 letnie doświadczenie w prowadzeniu działań business development. Pracowałem w takich firmach jak **Orange Polska** (Account Manager), **Deloitte** (Business Development Coordinator) oraz **PwC** (Head of Business Development Team).

Łączę wiedzę praktyczną, zdobytą na polu sprzedaży z wiedzą naukową. Jestem entuzjastą sprzedaży, konsultantem, trenerem, blogerem a ostatnio nawet mówcą. Wow!

Jestem absolutnym wyznawcą metodyki Sandlera. Mówią na mieście, że mam metodykę Sandlera w DNA. W sprzedaży kieruje się zasadą: „wyróżnij się albo zgiń”. Okrzyknięto mnie naczelnym pogromcą bezrefleksyjnego podejścia do prowadzenia działań sprzedażowych.

Podczas procesów szkoleniowych, które prowadzę stosuję zamordystyczne podejście. Nie przyjmuję wymówek. Daje z siebie 100%, jeżeli widzę pełne zaangażowanie po stronie osób, które uczę. Nie każdy lubi ze mną pracować, bo albo pracuję na serio albo wcale. Jestem sprzedawcą nawróconym na marketing.

Strona internetowa



LinkedIn



Wywiad YT

