



AKADEMIA SPRZEDAŻY SANDLERA

wg modelu Sandler Selling System

(zima/wiosna 2020)

O nas

Sandler Training to firma i metodyka z rodowodem amerykańskim.

Obecnie najbardziej dynamicznie rozwijająca się na świecie organizacja zajmująca się rozwiązaniami doradczymi, szkoleniami i analizą trendów dotyczących zarządzania sprzedażą i rozwoju sił sprzedaży.

Sandler Training od lat buduje swoją sieć biur regionalnych. Aktualnie posiada ponad 260 oddziałów w 25 krajach. W Polsce jesteśmy obecni od 2005 roku. Na terenie północnej Polski jedynym partnerem Sandler Training jest firma szkoleniowo-doradcza Cetus Consulting z Gdańska, działająca od początku 2010 roku.

Wszelkie oferowane przez nas programy diagnostyczne i rozwojowe, niezależnie od specyfiki branżowej, oparte są na filozofii sprzedaży i zarządzania zespołami handlowymi stworzonej przez Davida Sandlera.



Systemy przez nas używane (Sandler Selling System, Sandler Management Solutions, Sandler Enterprise Selling i inne) pozwalają na tworzenie dedykowanych programów rozwojowych przeznaczonych dla wielu branż i zróżnicowanych cykli sprzedaży.

Programy oparte na metodyce Sandler Training, dotyczące sprzedaży i zarządzania zespołami sprzedażowymi, to nie jednorazowe szkolenia nakierowane na rozwój punktowych umiejętności, to kompleksowe systemy doradczo-edukacyjne, których rezultatami są:

- diagnoza bieżącej sytuacji handlowej i zarządczej w organizacji sprzedażowej przedsiębiorstwa,
- nowoczesne podejście do ustawienia procesu sprzedaży w firmie,
- wzrost poziomu efektywności w zarządzaniu zespołem handlowym,
- udzielanie członkom zespołu wsparcia adekwatnego do ich sytuacji kompetencyjnej i rynkowej,
- trwała zmiana w sposobie sprzedawania i podejścia do klienta przez członków zespołu handlowego,
- wzrost skuteczności sprzedaży w całym procesie i na poszczególnych etapach sprzedaży.

Jakich kompetencji NIE pogłębiamy 😊 na tym szkoleniu:

- wracania oknem, jeśli wyrzucą Cię drzwiami. Znamy lepsze metody niż „upierdliwość”;
- zgadzania się na wszystkie propozycje klientów, nawet te niekoniecznie sensowne, aby tylko sprzedać. Uczymy też odmawiać;
- manipulowania klientami dla własnej korzyści przy stratach dla nich;
- budowania relacji typu - „wkradanie się w czyjeś łaski” przy pomocy dużej ilości wazeliny;
- wciskania czegokolwiek, byle tylko coś sprzedać;
- myślenia kategoriami „moja prowizja (premia) jest najważniejsza, a co będzie z klientem mnie nie obchodzi”, czyli sprzedaży typu SiU (sprzedaj i uciekaj);
- sprzedawania przy pomocy argumentów cenowych. Kto niżej opuści ten wygrywa.

Przyjdź na szkolenie, jeżeli:

- trudno zdobyć nowych klientów, a dobra sytuacja przedsiębiorstwa wymaga ich stałego pozyskiwania;
- potencjalni klienci nie chcą rozmawiać ani umówić się na spotkanie;
- sprzedaż odbywa się głównie poprzez powielanie istniejących kontraktów handlowych, trudno rozszerzyć portfel produktów/usług u dotychczasowych klientów;
- klienci często manipulują podczas rozmów handlowych, a handlowcom ciężko obronić się przed nieczystymi „zagraniami” kupujących;
- handlowcy marnują czas na długie kontakty z potencjalnymi klientami, którzy tak naprawdę nie chcą nic kupić;
- doświadczasz kontaktów z trudnymi, nieuprzejmymi klientami, traktującymi handlowców „z góry”;
- handlowcom trudno dojść do faktycznych potrzeb klientów, stanowiących ich podstawową, ale często ukrytą motywację do zakupów



- klienci boją się nowości, łatwiej im pozostać przy starych sprawdzonych produktach lub usługach, nawet jeśli nie są nowoczesne ani skuteczne;
- klienci bardziej zwracają uwagę na cenę niż na jakość i inne parametry produktów lub usług;
- klienci nie chcą otwarcie mówić o swoich możliwościach budżetowych;
- skuteczność ofertowania jest niska - „przygotowujemy dużo ofert, ale mało z nich kończy się wygraną handlowca”;
- proces decyzyjny po stronie klienta przeciąga się (trudno dostępni decydenci, przetargi, skomplikowane procedury, itd.);
- jest ciągła konieczność pokonywania obiekcji i wątpliwości klienta, najczęściej dotyczących ceny;
- trudno domknąć sprzedaż po wystawieniu oferty.

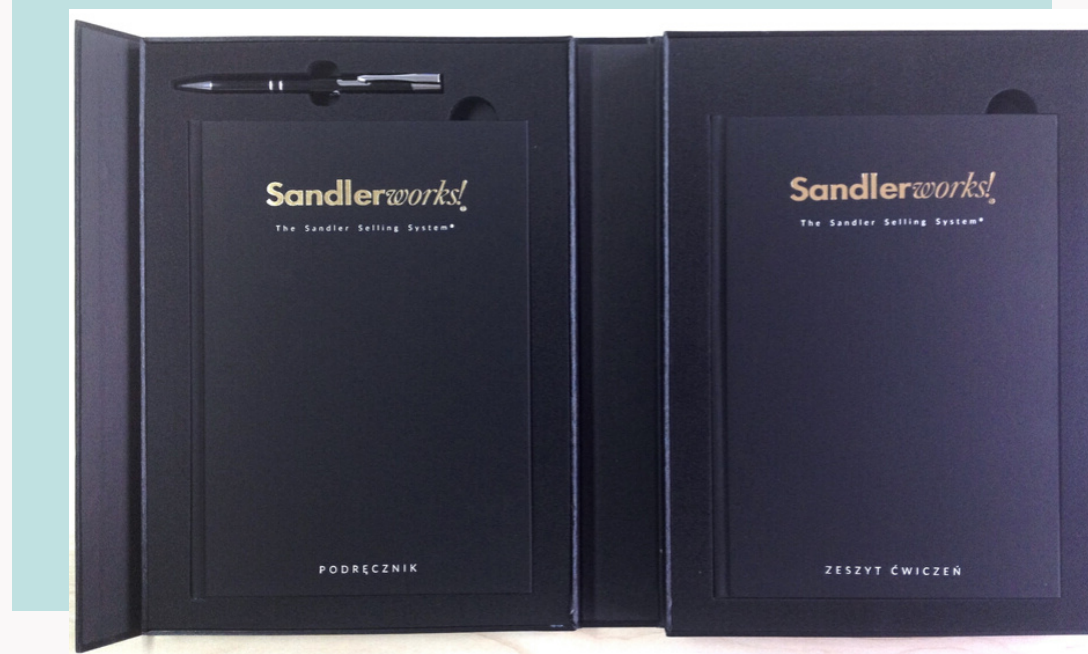
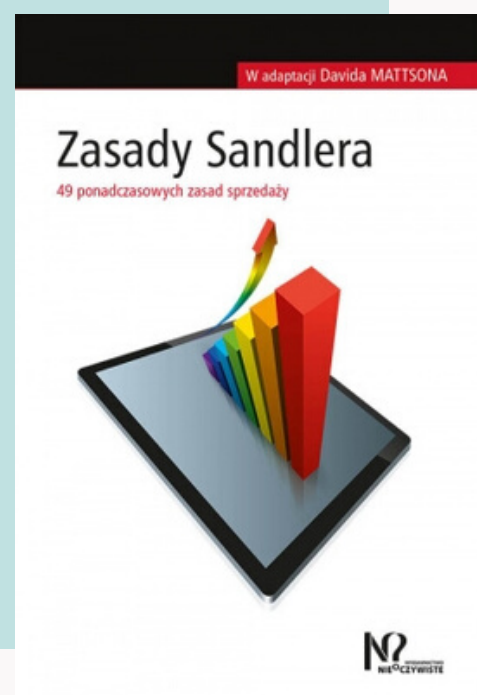
Dla kogo przeznaczony jest program?

- Handlowcy, przedstawiciele handlowi i specjaliści ds. sprzedaży wszystkich specjalności, sprzedający zarówno w terenie jak i stacjonarnie
- Handlowcy/specjaliści ds. Rozwoju Rynku (Business Development Managers)
- Handlowcy/specjaliści ds. Kluczowych Klientów (Key Account Managers)
- Handlowcy/specjaliści ds. Eksportu
- Sprzedający specjaliści (np. inżynierowie, prawnicy, informatycy itd.)
- Przedsiębiorcy, właściciele firm nadzorujący sprzedaż, właściciele start-up'ów
- Menedżerowie sprzedaży wszystkich szczebli - kierownicy działów sprzedaży, regionalni kierownicy sprzedaży, kierownicy/dyrektorzy działów eksportu, dyrektorzy sprzedaży

Organizacja

- Sześć dni warsztatów szkoleniowych w formule szkolenia otwartego w godzinach 9:00 –17:00. Pierwsza sesja jest dwudniowa, a pozostałe jednodniowe.
- Miejsce szkolenia: Gdańsk
- Cena: 5200 zł netto za uczestnika
- Terminy:
 - * informacje wkrótce
- Maksymalnie piętnastoosobowe grupy szkoleniowe.
- Organizator zapewnia wyżywienie w trakcie sesji: bufet kawowy i obiady.
- Uczestnicy otrzymają po każdej sesji specjalne zadanie wdrożeniowe, które będzie monitorowane przez trenera prowadzącego szkolenie. Zadania wdrożeniowe wykonywane pomiędzy sesjami pomagają wdrożyć nowe umiejętności do codziennej praktyki handlowej uczestników.

- Każdy z uczestników weźmie udział w badaniu psychometrycznym **Extended DISC**. Dzięki badaniu, uczestnicy będą mieli świadomość własnego stylu komunikacji, mocnych stron i obszarów do poprawy, będą także potrafili rozpoznawać styl komunikacji klientów
- Uczestnicy otrzymają:
 - * podręcznik na licencji Sandler Training oraz specjalnie opracowane materiały;
 - * książkę Davida Mattsona „Zasady Sandlera – 49 ponadczasowych zasad sprzedaży”;
 - * certyfikat ukończenia programu wg modelu Sandler Selling System. Do otrzymania certyfikatu konieczna jest co najmniej 80% frekwencja oraz wykonanie zadań zaliczeniowych.



Program

Dzień 1

FILOZOFIA SPRZEDAŻY, BUDOWANIE RELACJI

- Wprowadzenie do modelu Sandler Selling System. Filozofia sprzedaży wg Sandlera.
- Filary systemu Sandlera.
- Triad relacyjna - baza do budowania asertywnych relacji handlowych.
- Pozycjometr i techniki relacyjne.
- Strategia Negatywnego Odwracania - jak być postrzeganym jako doradca, a nie sprzedawca.

Dzień 2

ZARZĄDZANIE PROCESEM SPRZEDAŻY, POZYSKIWANIE INFORMACJI

- Zarządzanie procesem sprzedaży - kontraktowanie działań handlowych.
- Struktury kontraktów handlowych.
- Sposoby pozyskiwania informacji - taktyki zadawania pytań.
- Technika odwracania i „Zasada 3+”.
- Lejek Bólu - dochodzenie do ukrytych problemów klienta.



Dzień 3

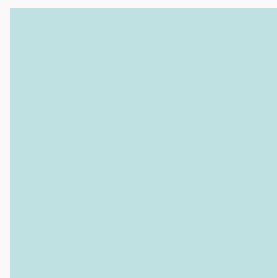
RELACJE Z TRUDNYMI KLIENTAMI, MOTYWOWANIE KLIENTÓW DO ZAKUPÓW

- Analiza oraz interpretacja raportów indywidualnych Extended DISC.
- Nawiązywanie relacji z trudnymi klientami.
- Arkusz Identyfikacji Bólu - świadome wykorzystywanie przewagi własnych produktów.
- Budowanie formularza rozmowy handlowej opartej na pozyskiwaniu informacji o bólu.

Dzień 4

BUDŻET ZAKUPOWY I MAPOWANIE PROCESU DECYZJI ZAKUPOWEJ

- Technika Wprost – wprowadzanie trudnych tematów do rozmów z klientami;
- Rozmowa o budżetach zakupowych klientów.
- Odkrywanie i szacowanie budżetów zakupowych.
- Rozpoznawanie mapy procesu decyzyjnego u klientów.
- Optymalizowanie procesu decyzyjnego.



Dzień 5

PROSPECTING, TELEFON JAKO NARZĘDZIE HANDLOWCA

- Prospecting - sztuka zdobywania nowych klientów.
- Elementy prospectingu; tworzenie własnego prospecting-mix.
- 30-sekundowa bolesna reklama - budowanie sieci kontaktów.
- Rozmowa handlowa przez telefon.
- Budowanie skryptów rozmów telefonicznych.

Dzień 6

PREZENTOWANIE OFERTY, ZAMYKANIE SPRZEDAŻY

- Prezentowanie rozwiązania - oferty handlowej.
- Umiejętność ustnego przedstawiania własnej propozycji sprzedażowej.
- Praca z obiekcjami klientów.
- Narzędzia związane z zamykaniem sprzedaży.
- Podsumowanie i całościowe symulacje handlowe.

Trener prowadzący

Jacek Czarnowski



Menedżer związany ze sprzedażą i marketingiem od 1993 roku. Przez ponad 17 lat pełnił stanowiska dyrektora sprzedaży lub dyrektora marketingu między innymi na rynku FMCG, mody i usług (m.in. firmy Kamis, Fazer, Atlantic).

Absolwent geografii i studiów MBA na Uniwersytecie Gdańskim. Ukończył też Akademię Coachingu Biznesowego oraz Szkołę Facylitacji Pathways.

Od 2010 licencjonowany trener i konsultant Sandler Training – światowego lidera w zakresie projektów szkoleniowo-doradczych dotyczących sprzedaży i zarządzania sprzedażą. Właściciel gdańskiej firmy Cetus Consulting – franczyzobiorcy Sandler Training.

Realizuje projekty doradczo-szkoleniowe dla wielu firm, skierowane do kadry menedżerskiej i handlowej, prowadzące do zwiększenia efektywności sprzedażowej. Przeszkolił ponad 1500 osób.

Wykładał na studiach MBA na Uniwersytecie Gdańskim oraz Wyższej Szkole Biznesu i Administracji w Gdyni. Twórca i organizator cyklicznych konferencji dla menedżerów sprzedaży i liderów wszystkich specjalności, odbywających się od 2012 r. w Gdańsku "Morfologii Sprzedaży" i „Morfologii Przywództwa”.

Program rozwija następujące umiejętności:

- rozumienie mechanizmów manipulacyjnych, używanych przez wytrawnych klientów;
- skuteczne reagowanie na nieprzewidziane sytuacje na wszystkich etapach procesu handlowego;
- budowanie asertywnych relacji z klientem na bazie obustronnego komfortu;
- odmawianie klientowi w sytuacjach, gdy trzeba zadbać o własną marżę na zasadzie strategii WIN-WIN;
- rozpoznawanie temperamentu i stylu komunikacji klientów, oraz właściwe dobieranie odpowiedniej strategii relacyjnej;
- zadawanie pytań i słuchanie, i dzięki temu skuteczne pozyskiwanie informacji;
- jak nie robić wrażenia nachalnego handlowca i jak być postrzeganym jako doradca, a nie jak ktoś, kto chce coś „wcisnąć na siłę”;
- rozpoznawanie lub oszacowanie budżetów zakupowych klientów;
- zarządzanie przebiegiem rozmów handlowych – korzystanie z reguł i zasad uzgadnianych z klientami na każdym etapie kontaktu z nimi;

- przeniesienie ciężaru rozmów handlowych ze spraw cenowych na inne ważne atrybuty własnych produktów;
- skuteczne dotarcie do bolączek klienta i w związku z tym odkrywanie motywacji klientów do zakupu i rozpoznawanie ich potencjału zakupowego;
- znajdowanie prawidłowych rozwiązań na kłopoty klientów, ściśle związane ze strategią własnej firmy i wykorzystaniem pełnego portfolio produktów i ich atrybutów jakościowych;
- budowanie rynku odbiorców w oparciu o klientów z największym potencjałem;
- mapowanie procesu decyzyjnego wewnątrz organizacji klientów;
- werbalne i pisemne prezentowanie przygotowanych propozycji ofertowych;
- radzenie sobie z obiekcjami klientów;
- efektywne finalizowanie transakcji handlowych;
- aktywne poszukiwanie nowych klientów, wykorzystując szeroki wachlarz działań prospectingowych;
- efektywne wykorzystanie telefonu do działań handlowych.

Kontakt i zgłoszenia

Zgłoszenia przyjmujemy drogą mailową na jeden z podanych niżej adresów:

Aneta Wieliczko tel. 692 131 682 aneta.wieliczko@sandler.com

Jacek Czarnowski tel. 600 401 570 jacek.czarnowski@sandler.com

Organizator:

Cetus Consulting – gdańskie Centrum Doradczo-Szkoleniowe Sandler Training

80-852 Gdańsk, ul. Dyrekcyjna 6 lok. 208

www.gdansk.sandler.com

www.cetusconsulting.pl

