

ПРОДАЖА ПРОЕКТОВ И СЛОЖНЫХ РЕШЕНИЙ

Цель: сформировать знания/развить навыки выстраивания системы «синхронных продаж», сводящей к минимуму риск потери клиента на любом этапе продажи.

Целевая аудитория:

Руководители всех уровней управления и сотрудники, участвующие в процессе продажи проектов и решений.

Формат:

Длительность программы 16 часов (2 дня по 8 часов). Размер группы от 8 до 15 человек.

В процессе обучения используются групповые и индивидуальные форматы работы. Задача тренера – вовлечь каждого участника в дискуссии, рефлексии, анализ выполненных упражнений и кейсов (в т. ч. видеоанализ). Все участники получают обратную связь от тренера, имеют возможность в процессе тренинга или по его завершению получить ответы на свои вопросы.

Развиваемые навыки и используемые методы	Результаты
<p>1. Стратегия подготовки и проникновения:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Что происходит в процессе подготовки к продаже проекта • Группы, принимающие решения: авторитарные, демократические, консультативные • Роли в группе, принимающей решения • Поиск необходимого уровня продаж 	<p>Участники:</p> <p>Различают уровни принятия решений Определяют необходимый уровень продаж для конкретной сделки</p>
Синхронизация процессов продажи и покупки	
<p>2. Покупатель - Появление потребности / Продавец - Оценка потребности</p> <ul style="list-style-type: none"> • Вовлечение менеджмента клиента в процесс продажи • Матрица контактов • «Линия времени», барьеры и ресурсы в процессе продажи • Интересы сторон 	<p>Участники:</p> <p>Умеют составлять матрицу контактов клиента Могут анализировать барьеры и определять ресурсы продажи Понимают глубинные интересы представителей клиента: деловые, профессиональные, личные</p>
<p>3. Покупатель - Оценка возможностей / Продавец - Понимание</p> <ul style="list-style-type: none"> • Оценка выгод • Оценка ресурсов • Оценка рисков • Оценка возможностей 	<p>Участники:</p> <p>Знают как провести SWOT-анализ клиента Могут подавать клиенту информацию о проекте в виде возможностей</p>
<p>4. Покупатель - Начало проекта / Продавец - Разработка решения</p> <ul style="list-style-type: none"> • Позиционирование ценности предложения • Структура стоимости предложения 	<p>Участники:</p> <p>Владеют навыками продажи проекта как ценности для клиента Умеют аргументировать бюджет проекта, исходя из значимых для клиента целей</p>
<p>5. Покупатель - Развитие проекта / Продавец - Обоснование</p> <ul style="list-style-type: none"> • Типы конкурентных рисков и стратегии реагирования • Демонстрация – принципы, техники, типовые ошибки 	<p>Участники:</p> <p>Могут осуществлять риск-менеджмент проекта</p>
<p>6. Покупатель - Решение о покупке / Продавец - Согласование</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ключевые фигуры и их роль в процессе принятия решения • «Карта влияния» • Продажа как проект 	<p>Участники:</p> <p>Умеют составлять «карты влияния» на принятие решения клиентом Воспринимают продажу проекта как отдельный проект</p>



7. Покупатель - Финальное одобрение / Продавец - Подписание контракта

- Почему проваливаются «100 процентные сделки»?
- Контроль ключевых лиц
- Эмоциональные толчки

Участники:

Могут оценить риски продажи
Знают как разрабатывать модели
управления рисками продажи

Программа проведена для Компаний:

