

Jak sprzedawać usługi profesjonalne?

Informacje o usłudze

Czy usługa może być dofinansowana?	Tak
Sposób dofinansowania	<ul style="list-style-type: none">wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników
Rodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Podrodzaj usługi	Usługa szkoleniowa
Dostępność usługi	Otwarta

Numer usługi		2018/04/07/12600/154082	
Cena netto	3 000,00 zł	Cena brutto	3 000,00 zł
Cena netto za godzinę	187,50 zł	Cena brutto za godzinę	187,50
Usługa z możliwością dofinansowania		Tak	
Liczba godzin usługi		16	
Termin rozpoczęcia usługi	2018-06-28	Termin zakończenia usługi	2018-06-29
Termin rozpoczęcia rekrutacji	2018-04-07	Termin zakończenia rekrutacji	2018-06-28
Maksymalna liczba uczestników		10	
Kategoria główna KU		Marketing	
Kategorie dodatkowe KU		Marketing	
Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych		Certyfikaty: Znak Jakości TGLS Quality Alliance	
Czy usługa pozwala na zdobycie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK?		Nie	
Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK?		Nie	
Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji?		Tak	

Informacje o podmiocie świadczącym usługę

Nazwa podmiotu	GRUPA TIPMEDIA Sp. z o.o.		
Osoba do kontaktu	Olga Łucziewicz	Telefon	533401192
E-mail	szkolenia@tipmedia.pl		

Cel usługi

Cel edukacyjny

Szkolenie przeznaczone jest dla osób zajmujących się sprzedażą usług profesjonalnych (np. IT, call center, zaawansowanych rozwiązań technologicznych i systemowych, usług doradczych i biznesowych), w których decydentami o wyborze usługi są często Zarządy firm, a podejmowana decyzja jest decyzją strategiczną dla organizacji. Uczestnicy zdobędą wiedzę na temat: - Roli sprzedawcy -konsultanta - Budowania relacji z klientem - Budowania zaufania - Różnych typów klientów - Technik analizowania potrzeb oraz myślenia nielinearnego - Trudnych sytuacji w kontakcie z klientem oraz sposobów ich rozwiązania - Sprzedaży konsultacyjnej Po ukończeniu szkolenia uczestnicy będą wiedzieli jak: - Odpowiednio przygotować się do procesu sprzedaży - Odkryć i zrozumieć strategiczne potrzeby potencjalnych klientów zdobywając głęboką wiedzę o organizacji - Proponować kreatywne rozwiązania, które odpowiadają na indywidualne potrzeby klienta - Budować korzystne porozumienia dla obu stron Po szkoleniu uczestnicy: - Będą lepiej radzili sobie w kontaktach z klientami - Będą czuli się pewniej w sytuacjach zawodowych

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

Dzień 1

Moduł 1

08:00 - 08:30

Autoprezentacja uczestników, agenda szkolenia

Moduł 2

08:30 - 12:00

Rola Konsultanta: Doradca czy Sprzedawca?

Jakie korzyści możesz odnieść, jeżeli Klienci będą Ci bardziej ufać?

Wartość biznesowa umiejętność budowania relacji opartych na zaufaniu.

Techniki budowania zaufania. Rekomendowane zachowania, strategie kształtowania relacji.

Zasady budowania długoterminowych relacji opartych na zaufaniu.

Autentyczne relacje czy techniczne zabiegi? Czy budowanie zaufania jest jedynie wyrachowaną strategią ukierunkowaną na korzyści finansowe, czy zbiorem unikalnych, osobistych umiejętności?

Czynniki Satysfakcji Klienta - co decyduje o zaufaniu i satysfakcji Klienta i przywiązuje go do firmy?

Moduł 3

12:00 - 14:00

Trzy Kluczowe role sprzedawcy- konsultanta.

- (I) Trzy Kluczowe role sprzedawcy w procesie sprzedaży konsultacyjnej: Koordynator Strategiczny, Doradca Biznesowy, Partner Długoterminowy.
- (II) Zasady budowania relacji biznesowej opartej o najwyższy poziom zaufania osobistego i profesjonalnego do Konsultanta.
- (III) Zasady budowania własnego wizerunku jako profesjonalisty, któremu Klient może bezwzględnie zaufać.
- (IV) Granice relacji osobistych i profesjonalnych – gdzie je postawić?

Moduł 4

14:00 - 16:00 **Budowanie zaufania w relacjach profesjonalnych - etapy, zasady, zagrożenia**

- (I) 5 etapów procesu budowania zaufania: zaangażowanie, słuchanie, kontekst, wizja, zobowiązanie i zasady postępowania na każdym z etapów.
- (II) Techniki, zachowania, narzędzia, sposoby – nie tylko emocje, także profesjonalne metody
- (III) Pułapka inteligencji i pułapka egocentryzmu

Dzień 2

08:00 - 08:30

Resume I dnia szkolenia, agenda dnia

Moduł 5

08:30 - 12:00 **Rozumienie potrzeb Klientów-techniki analizy i porządkowania informacji**

- (I) Budowanie wiarygodności profesjonalnej w kontekście wiedzy merytorycznej.
- (II) Praca z różnymi typami Klientów. Analiza i zrozumienie potrzeb Klientów – warunkiem przedstawienia właściwej oferty.
- (III) Technika tworzenia alternatywnej rzeczywistości jako sposób na analizę potrzeb Klientów i zrozumienie ich motywacji.
- (IV) Myślenie nielinearne w analizie potrzeb Klientów. Notowanie nielinearne jako narzędzie porządkowania informacji.

Moduł 6

12:00 - 14:00 **Bariery, trudności, sytuacje kryzysowe we współpracy z Klientem-rola Sprzedawcy Konsultanta.**

- (I) Narzędzia kontroli realizacji zobowiązań jako sposób na budowanie zaufania i poczucia bezpieczeństwa w momencie rozpoczęcia współpracy.
- (II) Bariery wejścia w rolę zaufanego doradcy- na jakie trudności napotkamy?
- (III) Prezentacja rozwiązań- techniki prezentacji i dobór argumentów.
- (IV) Trudności w realizacji pełnej roli Sprzedawcy- Konsultanta wynikające z problemów operacyjnych, jakościowych, innych sytuacji kryzysowych w relacji z Klientem.
- (V) Radzenie sobie z trudnymi sytuacjami w relacji z Klientem – wykorzystanie wątpliwości do

wzmocnienie zaufania ze strony Klienta

(VI) Panowanie nad przebiegiem spotkania prezentacyjnego – budowanie relacji z grupą odbiorców..

Moduł 7

14:00 - 16:00 **Praca w modelu sprzedaży konsultacyjnej w Twojej firmie**

(I) Mocne i słabe strony filozofii „Sprzedaży konsultacyjnej” a realiach Twojej firmy: co możemy zyskać?

(II) Jakie ograniczenia nie pozwalają nam do końca wykorzystać zasad sprzedaży konsultacyjnej?

(III) Problemy i kryzysowe sytuacje w trakcie realizacji projektu

(IV) Odzyskiwanie zaufania – sytuacje kryzysowe

(V) Wnioski – jakich zmian i wsparcia potrzebujemy, aby w pełni wykorzystać do budowania relacji z Klientami zasad sprzedaży konsultacyjnej?

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnicy zdobędą wiedzę na temat:

- Roli sprzedawcy -konsultanta
- Budowania relacji z klientem
- Budowania zaufania
- Różnych typów klientów
- Technik analizowania potrzeb oraz myślenia nielinearnego
- Trudnych sytuacji w kontakcie z klientem oraz sposobów ich rozwiązania
- Sprzedaży konsultacyjnej

Po ukończeniu szkolenia uczestnicy będą wiedzieli jak:

- Odpowiednio przygotować się do procesu sprzedaży
- Odkryć i zrozumieć strategiczne potrzeby potencjalnych klientów zdobywając głęboką wiedzę o organizacji
- Proponować kreatywne rozwiązania, które odpowiadają na indywidualne potrzeby klienta
- Budować korzystne porozumienia dla obu stron

Po szkoleniu uczestnicy:

- Będą lepiej radzili sobie w kontaktach z klientami
- Będą czuli się pewniej w sytuacjach zawodowych

Grupa docelowa

Szkolenie przeznaczone jest dla osób zajmujących się sprzedażą usług profesjonalnych (np. IT, call center, zaawansowanych rozwiązań technologicznych i systemowych, usług doradczych i

biznesowych), w których decydentami o wyborze usługi są często Zarządy firm, a podejmowana decyzja jest decyzją strategiczną dla organizacji.

Opis warunków uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa jest poprawny zapis pracowników na usługę poprzez system Platformy Bazy Usług Rozwojowych.

Materiały dydaktyczne

Każdy uczestnik otrzymuje komplet materiałów obejmujący tematy opracowywane w trakcie warsztatów.

Harmonogram

LP	Przedmiot / Temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1	Autoprezentacja uczestników, agenda szkolenia	2018-06-28	08:00	08:30	0:30
2	Rola Konsultanta: Doradca czy Sprzedawca?	2018-06-28	08:30	12:00	3:30
3	Trzy Kluczowe role sprzedawcy-konsultanta.	2018-06-28	12:00	14:00	2:00
4	Budowanie zaufania w relacjach profesjonalnych – etapy, zasady, zagrożenia	2018-06-28	14:00	16:00	2:00
5	Resume I dnia szkolenia, agenda dnia	2018-06-29	08:00	08:30	0:30
6	Rozumienie potrzeb Klientów-techniki analizy i porządkowania informacji	2018-06-29	08:30	12:00	3:30
7	Bariery, trudności, sytuacje kryzysowe we współpracy z Klientem–rola Sprzedawcy Konsultanta.	2018-06-29	12:00	14:00	2:00
8	Praca w modelu sprzedaży konsultacyjnej w Twojej firmie	2018-06-29	14:00	16:00	2:00

Osoby prowadzące usługę

Imię i nazwisko	Janusz Pietruszyński
-----------------	-----------------------------

Obszar specjalizacji	Ekspert w zakresie strategii reklamowej i zarządzania marką. Od wielu lat przygotowuje autorskie szkolenia i warsztaty strategiczne dla biznesu. Zajmuje się szeroko pojętą komunikacją marketingową oraz PR. Specjalizuje się w wykorzystywaniu potencjału social mediów, zwłaszcza Facebooka, do zwiększania sprzedaży w firmie. Kreował wizerunek wielu firm, organizacji i osób prywatnych (polityków). Podpisuje się pod zdaniem Alberta Einsteina "wyobraźnia jest ważniejsza od wiedzy, ponieważ wiedza jest ograniczona". Do każdego problemu podchodzi z zaangażowaniem, optymizmem i kreatywnością, szukając niebanalnych rozwiązań, które są istotne z punktu widzenia projektowania przekazów reklamowych i koncepcji tożsamości marki.
Doświadczenie zawodowe	Kilkunastoletnie doświadczenie w branży sprzedaży i marketingu. Obecnie pełni funkcje Interim Managera.
Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług	Bogate doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu sprzedaży i marketingu. Wybrane szkolenia: „Facebook jako narzędzie pracy w redakcji i biurze reklamy”, „Nowoczesne biuro reklamy w telewizji lokalnej”, „Profesjonalne biuro reklamy w lokalnej gazecie oraz serwisie internetowym”, „Marka, marketing, sprzedaż w wydawnictwie regionalnym”.
Wykształcenie	Ukończone studia magisterskie na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna na Uniwersytecie Warszawskim

Lokalizacja usługi

Adres: Kobylińska 3 61-424 Poznań, woj. wielkopolskie Szczegóły miejsca realizacji usługi:	Warunki logistyczne:
---	----------------------