

t r a i n i n g

XL SALES

ABORDAREA STRUCTURATĂ A VÂNZĂRII

# Cum să pregătim și să încheiem **vânzări** care aduc valoare clienților?

**Agilitatea** înseamnă să fii mai pregătit decât competitorii.  
Pentru un vânzător agil, timpul se măsoară în săptămâni, nu ani.

**OBIECTIVE • ABORDARE • METODE • ORGANIZARE • TEMATICI**

your knowledge journey

[www.learningpro.ro](http://www.learningpro.ro)

LearningPro®



# XI SALES

## ABORDAREA STRUCTURATĂ A VÂNZĂRII

# Module

### Prospectarea

Cum derulăm un proces de vânzare consultativă de succes?

Planul de Acțiune Comercială (PAC) – baza de pornire a prospectării

Modelul structurat de prospectare și metode de prospectare

### Câștigarea Încrederii

Empatia – premisă de bază a relaționării

Construirea și livrarea mesajelor cheie

Tehnici de aplicare eficientă a rapport-ului în relaționare

### Conversația de vânzare

Analiza situațională și protocolul descoperirii nevoilor

Motivele Tehnice și Motivele Personale ale clienților

Cum să explorăm nevoile: Ascultarea

Cunoașterea perspectivei clientului

## Obiective

**Creșterea portofoliului** de clienți și a valorii per client

Aplicarea tehnicilor de **planificare a vânzării**

Atingerea obiectivelor de vânzare prin aplicarea tehnicilor de **cross-sell și up-sell**

## Metode

Prezentări la flipchart și videoproiector

Studii de caz, exerciții interactive

Lucru în echipă, reflecții, discuții

Jocuri, filme, povestiri motivaționale

Brainstorming

### Construirea Valorii

Înțelegerea Argumentării: Bariera „Nu mă ajută”

Metode de Argumentare a Soluției

Argumentarea propunerii de valoare

### Negocierea

Comportamentul în negocierea comercială

Stiluri personale de negociere și stiluri de persuasiune

Pregătirea și planificarea negocierii

Situații de negociere

### Coaching și evaluare finală

Dezvoltarea „Profilului meu de vânzător”

Prezentare rezultate ale campaniei momentelor definitorii în fața unui grup de manageri

## Abordare

Programul constă în 6 module de câte o zi în care se abordează într-o manieră practică toate etapele de **strategie, planificare și execuție** a vânzărilor.

Workshop-urile vor fi **personalizate pe procesele și metodele** organizației.

**Impactul programului** poate fi evaluat până la nivelul creșterii numărului și valorii vânzărilor.

## Organizare

**Durată:** 6 zile (8h/zi – incluzând pauzele)

6 – 15 participanți

**Grup țintă:** echipe de vânzări, personal din front-office, manageri de relații, **toate persoanele implicate în vânzarea de produse/servicii**

Participanții vor primi **instrumente de lucru specifice** (hands-out- uri, fișe de lucru, ghiduri etc.)