

Основная цель тренинга: Познакомить участников и отработать начальные навыки использования различных технологий взаимодействия с клиентами в ходе процесса продаж.

Основные задачи тренинга:

- Вместе с участниками определить основное назначение работы торгового представителя.
- Научить эффективно ставить цели посещения клиента.
- Отработать различные приемы установления контакта с клиентом.
- Познакомить участников с основными способами сбора информации о клиенте.
- Научить проводить целевые презентации для разных типов клиентов.
- Дать методику работы с возражениями клиента.

Тренинг рассчитан на 3 дня.

Продолжительность каждого дня – 9 часов (с 9.00 до 18.00 часов)

Общая продолжительность тренинга – 27 часов.

Общая продолжительность «полезных» часов (тренинговое время, исключая перерывы) – 19,5 астрономических часов (по 60 мин.)

Предусмотрены перерывы: обеденный -1 час, два перерыва по 15 мин. (по одному перерыву в утреннем и послеобеденном блоках)

Требования к группе: Участники тренинга – торговые представители, специалисты по продажам, работающие с товарами FMCG – товарами быстрой оборачиваемости (продукты питания, ТНП); полевые сотрудники оптовых компаний-дистрибьюторов, ежедневно посещающие розничные торговые точки.

Количество участников в группе – до 18 человек.

Ключевая идея: Процесс продажи – это механизм, напоминающий Автомат Калашникова, где все детали взаимосвязаны и влияют на результат.

1. Планирование и постановка целей – это затвор.
2. Установление контакта – это цевье.
3. Сбор информации – это прицел.
4. Презентация – это магазин с боеприпасами.
5. Работа с возражениями – это приклад.
6. Завершение сделки – это предохранитель.

День первый.

№	ВРЕМЯ	ТЕМА	КОММЕНТАРИИ, ДЕЙСТВИЯ
1.	09.00-09.20	Начало.	Знакомство, сбор ожиданий, правила тренинга.
2.	09.20-09.30	Разминка класса А.	«Блудный заяц».
3.	09.30-11.00	Тема 1. Обязанности торгового представителя. Принцип «4Р». 90 минут.	1. Фасилитация «Зачем нужен торговый представитель» 10 мин. 2. Мини-лекция «Цепочка продаж» 15 мин. 3. Модерация «Условия продаж». 45 мин. 4. Пантомима «Объясни новичку, что он должен

			делать» 20 мин.
4.	11.00-11.15	Перерыв.	
5.	11.15-11.25	Разминка класса Б.	«Дракон, самурай и девочка».
6.	11.25-13.00	Тема 2. Структура визита к клиенту. 95 минут.	1. Ролевая игра «Визит к клиенту» 15 мин (2 ситуации). 2. Модерация «Какие действия продавца вызвали у вас чувство удовлетворения от покупки?» 40 мин. 3. Мини-лекция «Типы продаж» 10 мин. 4. Видеоанализ ролевой игры 30 мин.
7.	13.00-14.00	Обед!	
8.	14.00-14.10	Разминка класса В.	«Испорченный телефон».
9.	14.10-16.00	Тема 3. Планирование работы и постановка цели. 110 минут.	1. Фасилитация «Для чего необходимо планировать свою работу?» 10 мин. 2. Мини-лекция «Процесс планирования. Метод SMART» 20 мин. 3. ЭУ «Правильно ли сформулирована цель» 25 мин. 4. ЭУ «Учимся формулировать цели» 25 мин. 5. КУ «Планируем рабочий день» 30 мин.
10.	16.00-16.15	Перерыв.	
11.	16.15-16.25	Разминка класса Г.	«Найди свою пару».
12.	16.25-17.40	Тема 4. Установление контакта с клиентом. 75 минут.	1. Фасилитация «Понятие контакта» 10 мин. 2. Мини-лекция «Правила, которые полезно соблюдать при установлении контакта» 15 мин. 3. ЭУ «Малый разговор» 25 мин. 4. ЭУ «Учимся делать комплименты» 25 мин.
13.	17.40-17.50	Разминка класса Д.	«Почтальон».
14.	17.50-18.00	Подведение итогов дня.	Обратная связь от участников, анкета дня.

День второй.

№	ВРЕМЯ	ТЕМА	КОММЕНТАРИИ, ДЕЙСТВИЯ
1.	09.00-09.10	Разминка класса А.	«Вы ни за что не поверите ...»
2.	09.10-09.30	Повторение пройденного материала 20 минут.	Игра «Интеллектуальный футбол». Участники, объединенные в две команды, готовят и задают друг другу вопросы, по пройденному накануне материалу.
3.	09.30-11.00	Тема 4. Установление контакта с клиентом (продолжение) 90 минут.	1. КУ «Начальная фраза о выгоде». Упражнение – соревнование 20 мин.

			2. РИ «Установи контакт» 25 мин. 3. Видеоанализ 45 мин.
4.	11.00-11.15	Перерыв.	
5.	11.15-11.25	Разминка класса Б.	«Домики».
6.	11.25-13.00	Тема 5. Сбор информации – осмотр ТТ и управление товарным запасом. 95 минут.	1. Фасилитация «Что мы должны увидеть в ходе осмотра?» 10 мин. 2. Мини-лекция «Наши возможности и управление товарным запасом» 10 мин. 3. ЭУ «Составление заказа» 15 мин. 4. Мозговой штурм «Возможности для улучшения работы торговой точки» 60 мин.
7.	13.00-14.00	Обед!	
8.	14.00-14.10	Разминка класса В.	«Кто я такой?».
9.	14.10-16.00	Тема 6. Сбор информации-личная беседа с клиентом. 110 минут.	1. Фасилитация «Что необходимо выяснить у клиента в ходе беседы?» 10 мин. 2. Мини-лекция «Задаем вопросы и внимательно слушаем» 15 мин. 3. ЭУ «Шнуровка - Открытые и закрытые вопросы» 20 мин. 4. КУ «Метод логической воронки» 35 мин. 5. КУ «Техники активного слушания» 30 мин.
10.	16.00-16.15	Перерыв.	
11.	16.15-16.25	Разминка класса Г.	«Чужие коленки».
12.	16.25-17.40	Тема 6. Сбор информации-личная беседа с Клиентом 75 минут	1. РИ «Анализ потребностей» 25 мин. Видеоанализ 50 мин.
13.	17.40-17.50	Разминка класса Д.	«Послание самому себе».
14.	17.50-18.00	Подведение итогов дня	Обратная связь от участников, анкета дня.

День третий.

№	ВРЕМЯ	ТЕМА	КОММЕНТАРИИ, ДЕЙСТВИЯ
1.	09.00-	Разминка класса А.	«Рост, цвет глаз и возраст».

	09.10		
2.	09.10-09.30	Повторение пройденного материала.	Пантомима «Что для нас вчера было самым важным» 20 мин.
3.	09.30-11.00	Тема 7. Презентация как продажа преимуществ и выгод. 90 минут.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Фасилитация «Что вы рассказываете клиенту о своем товаре?» 10 мин. 2. Мини-лекция «Система «Черты-Преимущества-Выгоды»» 15 мин. 3. ЭУ «Логические цепочки ЧПВ» 20 мин. 4. КУ «Составляем презентацию» 30 мин. 5. СД «Снимаем видеоклип» 15 мин.
4.	11.00-11.15	Перерыв.	
5.	11.15-11.25	Разминка класса Б.	«Бумажные мячики».
6.	11.25-13.00	Тема 8. Составление целевой презентации. 95 минут.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Фасилитация «Выгоды или потребности, которые волнуют наших клиентов» 10 мин. 2. Мини-лекция «Теория потребностей Маслоу и ее интерпретация по отношению к нашим клиентам» 20 мин. 3. ЭУ «Определяем потребность клиента» 30 мин. 4. КУ «Составляем целевую презентацию по заданной потребности» 35 мин.
7.	13.00-14.00	Обед!	
8.	14.00-14.10	Разминка класса В.	«Стрельба глазами».
9.	14.10-16.00	Тема 9. Техника работы с возражениями и завершение сделки. 110 минут.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Фасилитация «Что такое возражение?» 10 мин. 2. Упражнение «Хит-парад возражений» 15 мин. 3. Мини-лекция «Техника работы с возражениями» 15 мин. 4. ЭУ «Прими возражение» 20 мин. 5. ЭУ «Проверь на истинность» 20 мин. 6. КУ «Уточнения и аргументы» 30 мин.
10.	16.00-16.15	Перерыв.	
11.	16.15-16.25	Разминка класса Г.	«Ладочки».
12.	16.25-17.40	Тема 9. Техника работы с возражениями и завершение сделки продолжение 75 мин.	<ol style="list-style-type: none"> 1. ЭУ «Способы завершения сделки» 15 мин. 2. РИ «Возражения клиента» 20 мин. 3. Видеоанализ 40 мин.
13.	17.40-17.50	Разминка класса Д.	«Роза и чертополох».
14.	17.50-	Завершение тренинга.	Заполнение итоговых анкет.

18.00		
-------	--	--

Сценарий тренинга

«ТЕХНОЛОГИИ ЭФФЕКТИВНЫХ ПРОДАЖ»

Автор сценария Подгузов Андрей

Длительность программы 3 дня

День первый.

9.00 -9.20

Знакомство. Тренер представляется группе, озвучивает тему и цели тренинга, говорит о значимости представленной темы. Затем тренер говорит о распорядке и регламенте работы, называет основные темы тренинга. Далее тренер знакомится с участниками и знакомит их друг с другом, собирает их цели/ожидания. Тренер принимает с группой правила тренинга.

9.20 -9.30

Разминка класса А. «Блудный заяц». (Подробнее о разминках в сборнике «Энергия бизнес-тренинга»).

«В игре есть один водящий, сначала им буду я. Я, как водящий, говорю вам: «Поменяйтесь местами те, у кого...». И называю любой признак, который объединяет хотя бы нескольких из вас. Те из вас, у кого есть этот признак, должны поменяться местами. Кто не успеет, становится водящим. Моя задача, как водящего, - занять свободный стул, пока вы меняетесь местами. В игре нельзя оставаться на своем месте, если у вас есть указанный водящим признак. Тогда вы автоматически становитесь водящим. Новый водящий тоже говорит: поменяйтесь местами те, у кого...» Итак, поменяйтесь местами те, кто в джинсах. Меняйтесь!»

9.30 – 11.00

Тема 1. Обязанности торгового представителя. Принцип 4Р.

Фасилитация «Зачем нужен торговый представитель?» Время проведения 10 минут.

Ситуация. Представьте себе, что мы с вами перед праздником – Днем работников торговли, решили не только поздравить клиентов, но и взять у них интервью. Итак, вопрос: «Зачем нужен торговый представитель?»

Вопрос. «Как вы думаете, что ответят ваши клиенты на этот вопрос?»

Тренер предлагает участникам высказаться, обобщает их мнения, делает выводы.

Мини-лекция «Цепочка продаж. Путь товара от создания до потребления». Время проведения - 15 минут.

Тренер представляет участникам цепочку оперативного маркетинга, представленную в книге Ф. Котлера «Основы маркетинга»:

Производитель – Посредник – Розница – Потребитель.

Показывается, что основное звено в этой цепочке для успешности продаж – это потребитель.

Делается вывод – влияние посредника-посредника (в лице торгового представителя) на потребителя в месте продаж, т.е. в рознице очень опосредовано. Поэтому необходимо создать в рознице условия при которых потребитель захочет отдать свои деньги за ваш товар.

Модерация «Условия продаж». Время проведения – 45 минут.

Ситуация. Представьте, что вы пришли в магазин как потребители, для того, чтобы купить необходимый товар.

Вопрос. Какие, по вашему мнению, условия необходимо создать в розничной точке, чтобы продажа товара состоялась?

Тренер делит участников на три группы, раздает каждой группе листочки клейкой бумаги post-it и дает задание: «За 10 минут перечислите как можно больше условий при которых товар будет продан». Одно условие пишем на одном листочке. Затем каждая группа выбирает из своих рядов одного оратора, который озвучивает результаты работы группы перед всеми участниками и наклеивает листочки на доску. Причем наклеиваются только те условия, с которыми согласны абсолютно все участники тренинга. Начинает группа, у которой меньше всех листочков.

Остальные ораторы внимательно следят за выступающим и убирают из своих списков те условия, которые уже появились, чтобы не повторяться. После выступления всех групп, тренер классифицирует все условия. «Сначала делим все условия на две группы – которые, мы как торговые представители, можем создавать сами лично или оказываем влияние и на которые мы не влияем. Затем все условия из первой группы мы объединяем дальше. В результате этой работы получаются четыре основные условия:

- Наличие товара. (Product)
- Видимость товара, его место на полке торговой точки. (Place)
- Информация о товаре в различных ее проявлениях. (Promotion)
- Цена товара. (Praise)

Тренер делает вывод: «Мы с вами совместно вывели основной принцип, которым вы будете пользоваться в своей работе. Итак, основное назначение торгового представителя – создать условия в торговой точке для продаж. Отсюда вытекают и обязанности Торгового представителя. Исходя из полученной информации, участники легко сами выводят свои основные обязанности:

- Регулярное и спланированное посещение торговых точек.
- Управление товарным запасом продукции.
- Мерчендайзинг.
- Предоставление полной и достоверной информации о товаре.
- Работа с ценой.

Пантомима «Объясни новичку что он должен делать». Время проведения 20 мин.

«Представьте, что в ваш отдел продаж пришел новый молодой сотрудник, который слабо представляет, чем ему предстоит заниматься. Ваша задача – объяснить новичку суть его работы. Причем, сделать вы это должны не произнося ни одного слова, ни одного звука. Использовать

можно только жесты.» Участники остаются в группах, в которых они проводили модерацию. После подготовки каждая группа показывает свою пантомиму.

11.00 – 11.15

Перерыв.

11.15 – 11.25

Разминка класса Б «Дракон, самурай и девочка»

«Разделитесь на две команды и встаньте в две шеренги – одна команда напротив другой. Это упражнение-соревнование. Соревноваться будем командами. Играем до трех победных очков у какой-либо из команд.

Для проведения соревнования нам надо выучить три фигуры. Тренер показывает, участники повторяют.

Девочка: Тренер переминается с ноги на ногу, руки как будто бы держатся за края воображаемой юбочки, проговаривая при этом характерный звук: «Ля-ля-ля-ля».

Дракон: Ноги на ширине плеч, руки подняты над головой, пальцы растопырены как когти. Характерный агрессивный звук: «А-А-А-А!!!».

Самурай: Тренер встает в боевую стойку: одна нога выпадом вперед, одна рука тоже вперед, как будто бы самурай держит воображаемый меч и направляет его в противника. При этом характерный звук: «У-У-У-У!!!».

Командам будет дано по 30 секунд, чтобы договориться, какую из трех фигур выбрать для показа. После этого я говорю: «Три-два-один!» И обе команды одновременно показывают ту фигуру, которую они выбрали. Ваши фигуры могут совпасть, а могут и не совпасть. Если совпали – в этом раунде ничья. Если не совпали, то действует правило: «Самурай убивает дракона: команда, показавшая самурая, зарабатывает победное очко. Дракон съедает девочку: команда, показавшая дракона, зарабатывает победное очко. Девочка соблазняет самурая: команда, показавшая девочку, зарабатывает победное очко».

Внимание, игра! Сейчас у вас есть 30 секунд, чтобы договориться, какую фигуру надо показать, чтобы заработать победное очко!»

11.25 – 13.00

Тема 2. Структура визита к клиенту.

Данная тема представлена по принципу лабилизации или «мордой об забор».

Ролевая игра «Визит к клиенту». Разыгрываются две ситуации. Инструкции участникам – в методических материалах тренинга. Время проведения – 15 минут.

Тренер предлагает участникам распределить роли, как правило всегда находятся желающие поиграть. Тренер раздает участникам игры инструкции и готовит игровое пространство. Разыгрываемые ситуации занимают не более 3 мин. Ситуации записываются на видео для последующего анализа.

Прежде чем перейти к анализу разыгранных ситуаций, тренером проводится

Модерация «Какие действия продавца вызвали у вас чувство удовлетворения от покупки?» Время проведения – 40 минут.

Ситуация. Представьте, что вы пришли в магазин, торгующий бытовой техникой и хотите приобрести утюг. К вам подходит продавец-консультант и вы беседуете с ним в течении 10 минут и затем совершаете покупку и довольный уходите.

Вопрос. Какие конкретные действия продавца в ходе этой беседы вызвали у вас чувство удовлетворения?

Процедура проведения модерации такая же как и в теме 1.

В ходе анализа всех действий участники выстраивают их в логическую последовательность и определяют, что неплохо бы сначала:

Установить контакт с потенциальным покупателем, затем, задав вопросы, выяснить потребности покупателя, после этого более подробно рассказать о подходящей модели товара, в случае необходимости поработать в возникшими возражениями и сомнениями и, наконец, завершить сделку.

Мини-лекция «Типы продаж». Время проведения – 10 минут.

Тренер рассказывает о различных типах продаж.

1. Образное название «Оптовая база». Покупатель сам идет к продавцу и покупает только то, что ему необходимо. Продавец без особых усилий, продает то, что у него спросят. У покупателя есть стремление купить. У продавца нет особого стремления продать – «надо – бери, не надо – иди дальше».

2. Образное название «Магазин бытовой техники». Покупатель также сам идет к продавцу, у него есть желание купить товар (утюг, чайник, пылесос). Как правило выбор конкретной модели происходит уже в магазине. Продавец уже имеет желание продать, т.е. помочь покупателю с выбором. Налицо – обоюдное желание совершить сделку.

3. В этом случае продавец идет к покупателю и с помощью своих знаний, умений и навыков создает у покупателя желание купить товар.

Затем тренер делает вывод об эффективности и выгоды использования именно той последовательности действий, которую участники определили сами ранее.

Видеоанализ ролевых игр «Визит к клиенту». Время проведения – 30 мин.

Процедура проведения видеоанализа описана в книге А. Моисеева и Ж. Завьяловой «Работа с возражениями и сопротивлениями».

Заданные критерии анализа – наличие или отсутствие действий продавца согласно этапам визита:

- Установление контакта
- Сбор информации – анализ потребностей
- Презентация
- Работа с возражениями
- Завершение сделки

13.00 – 14.00

Обед

14.00 – 14.10

Разминка класса В. «Испорченный телефон».

«Придумайте простое повторяющееся движение. Например, такое... (Тренер демонстрирует движения, которые берутся из утренней гимнастики). Все придумали? Теперь посмотрите на

своего левого соседа. За движениями своего левого соседа вы будете внимательно следить и запоминать их, а затем повторять.

Я тоже участвую. И веду счет: «Раз...два...три...». На счет «Раз» каждый делает свое повторяющееся движение до тех пор, пока не услышит «Два». На счет «Два» каждый из вас делает то движение, которое до этого делал ваш левый сосед. Все время смотрите на своего левого соседа, потому что на счет «Три» каждый из вас будет делать то движение, которое до этого видел у соседа. И так при смене счета происходит смена движения. Нас здесь 12 (например) человек. Поэтому я буду считать до 13. Тогда, на счет 13 к каждому из нас должно вернуться его собственное движение. Разминку делаем молча! Начали!»

14.10 – 16.00

Тема 3. Планирование работы и постановка цели.

Фасилитация «Для чего необходимо планирование?» Время проведения – 10 минут.

Ситуация. Представьте, что ваш руководитель составил план работы на день.

Вопрос. «Как вы думаете, для чего необходимо планировать свою работу?»

Тренер предлагает участникам высказаться, обобщает их мнения, делает выводы.

Мини-лекция «Процесс планирования. Метод SMART». Время проведения – 20 минут.

Цель должна быть сформулирована в соответствии с 5 критериями:

Конкретность. Каждый человек обладает ограниченными ресурсами. Ресурс внимания и физической силы (энергии). Все знакомы с лупой? В лупу попадает определенный поток световой энергии. С лупой газета загорится, без лупы – нет. Почему?

- Это ваши ресурсы.

- Это точность. Она позволяет концентрировать усилия ресурсы в одном направлении.

Это приводит к резкому увеличению результата.

Чем больше целей, тем меньше энергии и внимания на каждую. Есть правило – ставь не более двух целей на визит.

Измеримость. Для чего цель должна быть измерима? Зачем нам надо знать сколько? Вы хотите знать добились вы успеха или нет? Что вам в этом поможет? Нам важно быть предсказуемыми?

Согласованность. Для чего? Если ответ на вопрос «А на фига мне это надо?» у вас будет положительный, то вы согласовали цель с самим собой. Если бы вы работали только на себя, этого было бы достаточно. Надо согласовывать цели с компанией. Когда будет наилучший результат? Когда цели ТП и компании совпадают. Компания пред своими ТП много целей на месяц – порядка восьми. В один визит можно сделать только две. Что делать? Надо 8 на месяц разделить по 2 на визит. Например, 2 цели на одну неделю работы. Тогда ваша работа будет последовательна и предсказуема!

Реальность.

цель легко выполнима	цель нереальна
----------------------------	-------------------

«+» - все хорошо, экономия времени.

«-» - мало усилий, нет развития.

«+» - высокий уровень стремления и усилий.

«-» - прекращает прикладывать усилия по ее достижению.

В этом опасность постановки нереальных целей.

Все цели мы ставим сами себе. Выгода: непрерывно меняем ситуацию в лучшую сторону и совершенствуем навыки.

Определенность по времени. Какие инструменты для управления временем у нас есть?

Далее приводим несколько способов: правило Парето, Система ABC и др.

Затем обобщение и повторение всех критериев.

Элементное упражнение «Правильно ли сформулирована цель». Время проведения – 25 минут. Тренер раздает каждому участнику лист с формулировкой цели посещения клиента. (Примеры формулировок в методических материалах). Цель сформулирована заведомо неверно, т.е. отсутствуют один или несколько критериев.

Участники должны:

1. Внимательно прочитать свою формулировку.
 2. Определить какие критерии отсутствуют.
 3. Переформулировать цель так, чтобы она полностью соответствовала методу SMART.
- Затем каждый участник по очереди зачитывает то, что получил, называет отсутствующие критерии и читает свою формулировку. Можно попросить кого-то из участников проанализировать формулировку соседа.

Элементное упражнение «Учимся формулировать цели» Время проведения - 25 мин.

Участники самостоятельно формулируют одну или несколько целей, желательно не относящихся к работе – т. е. отвечают на вопрос «Что я хочу?», но в соответствии с методом SMART. Далее процедура проведения такая же как в предыдущем упражнении.

Комплексное упражнение «Планируем рабочий день». Время проведения – 30 минут.

Участники объединяются в 2 – 3 группы. Тренер раздает заполненные бланки ежедневных отчетов торгового представителя. (Образец в методических материалах). В этих отчетах содержится информация о наличии продукции и рекламных материалов в розничных торговых точках, которые посещались в определенный день.

Каждой группе необходимо разработать план действий на следующий день, используя информацию из отчета. План должен соответствовать принципу «4Р». После группового обсуждения члены группы представляют свои планы всем участникам.

16.00 – 16.15

Перерыв.

16.15 – 16.25

Разминка класса Г «Найди свою пару».

«Давайте встанем в круг. Внимательно посмотрите друг на друга. Наша задача – объединиться в пары без слов. Нельзя разговаривать и издавать звуки. Вы будете искать себе пару и приглашать объединиться в пары только с помощью глаз, с помощью взгляда!

Процедура упражнения следующая. Сначала опустите глаза. Смотрите в пол, чтобы уравнивать шансы каждого. На счет «Раз!» поднимаем глаза и смотрим друг на друга. На счет «Два!» взглядом находим свою пару. На счет «Три!» объединяемся в пары. Объединиться – значит, взяться за руки. Итак, начали!»

16.25 – 17.40

Тема 4. Установление контакта с клиентом.

Фасилитация «Понятие контакта». Время проведения – 10 минут.

Ситуация. Каждый из вас хотя бы один раз в жизни с кем-тознакомился. Мы каждый день вступаем в контакт со множеством людей.

Вопрос. Что же значит установить контакт? Что включает в себя это понятие?

В ходе обсуждения участники приходят к выводу о том, что установить контакт – это значит быть интересным собеседнику, стать для него симпатичным и вызвать доверие.

Мини-лекция «Правила, которые полезно соблюдать при установлении контакта» Время проведения – 15 минут.

Здесь можно рассказать об определенных последовательных приемах при установлении контакта. Организация пространства. Рассказать о зонах общения. Сделать вывод, что располагаться надо на расстоянии комфортном для обоих собеседников.

Контакт глаз и взаимное расположение. Располагаться надо на одном уровне глаз – или оба стоят, или оба сидят. Выгодно поддерживать с собеседником периодический контакт глаз.

Знакомство и представление. Представляясь деловому собеседнику надо назвать себя, компанию, которую представляешь, обозначить цель своего визита, выяснить, кто принимает решение и поинтересоваться, есть ли время вас выслушать.

Малый разговор. Прием для установления контакта, который помогает найти общие интересы собеседников и, таким образом, сблизить их отношения.

Можно упомянуть о других действенных приемах – комплименты, юмор, улыбка, опрятный внешний вид, презент и т.д.

Элементное упражнение «Малый разговор». Время проведения – 25 минут.

Участники объединяются в две группы и садятся попарно лицом друг к другу, образуя два круга – внешний и внутренний. Участники внешнего круга начинают беседу со своим партнером на любую произвольную тему. По команде тренера внешний круг перемещается по часовой стрелке, меняя собеседника. основное условие при этом – изменить тему разговора. Задача внутреннего круга – поддерживать задаваемую тему и в конце определить разговор с кем был наиболее интересен для установления контакта.

Элементное упражнение «Учимся делать комплименты». Время проведения – 25 минут.

Среди участников выбираются три эксперта (желательно девушки). Тренер озвучивает их легенды. (Смотри методические материалы). Все остальные участники придумывают комплименты каждой девушке и произносят их. Девушки говорят, чей комплимент понравился больше всего.

17.40 – 17.50

Разминка класса Д «Почтальон».

«Наша работа сегодня подходит к концу. Вы хорошо поработали, проявили активность, обменялись опытом, проявили себя. За сегодняшний день мы больше узнали друг о друге. Посмотрите на нашу команду. Что вы можете сказать друг другу? Какой совет дать, чтобы помочь друг другу стать истинными профессионалами?». Сейчас я раздам каждому по 3 листочка. На них вы напишите совет и пожелания трем участникам из группы. Кому и что написать, выбор за вами. Затем вы свернете написанные листочки и напишите имя адресата. Я буду почтальоном. Я буду подходить к вам, забирать ваши послания-письма и доставлять их адресатам. Посмотрим, кто из вас больше всех получит писем!».

Тренер озвучивает инструкцию, раздает листочки и ручки. Затем исполняет роль почтальона. В конце упражнения тренер спрашивает: «Есть ли среди вас тот, кто не получил ни одного письма?». Если такой человек есть, то тренер раздает каждому еще по одному листочку и просит каждого написать еще одно послание именно этому участнику. Затем собирает все послания, перемешивает и отдает участнику. Если среди группы все получили письма, то тренер просит каждого подсчитать количество полученных писем и спрашивает: «Поднимите руку те, кто получил одно письмо! Поднимите руку те, кто получил два письма! Поднимите руку те, кто получил три письма! Поднимите руку те, кто получил четыре письма! А кто больше четырех?» В конце упражнения необходимо поблагодарить группу.

17.50 – 18.00

Подведение итогов дня. Обратная связь от участников, анкета дня.

День второй.

09.00.- 9.10

Разминка класса А. «Вы ни за что не поверите ...».

«Разбейтесь, пожалуйста, на пары. Сейчас в течение 7 минут вы будете общаться друг с другом. Ваша задача – рассказать своему собеседнику о себе, причем сообщить что-то необычное, то, что отличает вас от других, что делает вас незаурядной личностью. Уверен, это есть у каждого, все мы умеем или знаем что-то такое, что другие не знают или умеют делать не так здорово, как мы! затем по истечении времени каждый представит своего собеседника, начиная словами: «Вы ни за что не поверите, что перед вами человек, который ...»

09.10 – 9.30

Игра «Интеллектуальный футбол». Повторение пройденного материала.

Участники объединяются в три группы и готовят вопросы командам соперников по материалам прошедшего дня обучения. Затем каждая команда по очереди задает свой вопрос одной из команд. Если ответ правильный, полный и точный – значит «удар отбит». Если нет – тренер начисляет победное очко «пробившей команде». Каждая команда должна пробить не менее трех ударов.

09.30 – 11.00

Тема 4. Установление контакта с клиентом (продолжение).

Комплексное упражнение «Начальная фраза о выгоде» Время проведения – 20 минут.

«Мы говорили, что в ходе представления собеседнику, необходимо обозначить цель своего визита. Причем важно вызвать первоначальный интерес к себе. Сделать это можно с помощью начальной фразы о выгоде, т.к. для клиента важны прежде всего свои собственные интересы.»

Участники объединяются в две группы и обсуждают варианты фраз, с помощью которых можно вызвать первый интерес клиента. После обсуждения команды представляют результаты своей работы всей группе, определяют наиболее удачные.

Ролевая игра «Установи контакт». Время проведения – 25 минут.

Разыгрываются три ситуации. Инструкции участникам – в методических материалах тренинга. Тренер предлагает участникам распределить роли. Тренер раздает участникам игры инструкции и готовит игровое пространство. Разыгрываемые ситуации занимают не более 2 мин. Ситуации записываются на видео для последующего анализа.

Видеоанализ ролевой игры «Установи контакт». Время проведения – 45 минут.

Критерии проведения видеоанализа –

Способы и приемы установления контакта, используемые ТП,

Начальная фраза о выгоде,

Малый разговор и его эффективность.

11.00 – 11.15

Перерыв.

11.15 – 11.25

Разминка класса Б. «Домики».

«Объединитесь, пожалуйста, в группы по три человека. Каждая тройка образует один домик – стоящий в середине – это жилец. Стоящие вокруг жильца берутся за руки, образуя домик. В нашей жизни бывает много разных ситуаций. Мы попробуем показать три. Когда я говорю: «Переезд!», то жильцы должны поменяться домиками. Домики при этом остаются на месте. Когда я говорю: «Ремонт!», то жильцы остаются на месте, а местами меняются домики. Когда я говорю: «Землетрясение!», то и жильцы, и домики должны поменяться местами, образуя новые тройки. Будьте внимательны, начинаем!»

11.25 – 13.00

Тема 5. Сбор информации – осмотр торговой точки и управление товарным запасом.

Фасилитация «Что мы должны увидеть в ходе осмотра?» Время проведения – 10 минут.

Ситуация. Вы работаете с клиентом недавно и вам необходимо собрать как можно больше информации о нем. Начать собирать информацию мы можем в ходе осмотра.

Вопрос: «Что нам нужно увидеть в ходе осмотра торговой точки?»

Участники в ходе обсуждения определяют, что главное – это увидеть возможности для улучшения работы с этой торговой точкой.

Мини-лекция «Наши возможности и управление товарным запасом». Время проведения – 10 минут.

Главная задача торгового представителя при проведении осмотра торговой точки – это определить те возможности, которые он может использовать для развития продаж своей продукции в данном магазине. Здесь мы также руководствуемся принципом «4Р»: Какую продукцию мы можем предложить ввести в ассортимент торговой точки для более полного удовлетворения

потребителей? Есть ли возможность для улучшения видимости предлагаемой нами продукции? И так далее.

Ранее мы определили, что одной из обязанностей ТП является поддержание оптимального запаса продукции, договоренность о продажах которой была достигнута ранее. Сделать так, чтобы продукт всегда был в наличии мы можем воспользовавшись формулами управления товарным запасом. Вот они.

Оптимальный запас товара = Средние Недельные Продажи умножить на 1,5

Средние Недельные Продажи = Реальные Продажи за последние 3 недели разделить на 3

Заказ = Оптимальный запас товара – Имеющийся остаток

или

$$З = П * 1,5 - О,$$

где З – заказ, П – средние недельные продажи, О – имеющийся остаток.

Почему, чтобы определить оптимальный запас, продажи необходимо умножить именно на 1,5?

пн вт ср чт пт сб вс пн вт ср

Предположим, что вы посещаете торговую точку в понедельник, снимаете остатки, заносите их в бланк «История продаж», составляете заказ на следующую поставку. Так как вы работаете по системе предварительных заказов, то ваша заявка будет доставлена в торговую точку только в течение следующих 24 часов. Но за это время некоторое количество продукции может быть продано и эти продажи никак не найдут отражение в ваших записях. Тоже самое повториться через неделю во время вашего следующего посещения магазина. Другими словами, если вы при формировании заказа будете возобновлять то количество продукции, которое было продано по вашим записям - рано или поздно продукция закончиться, т.к. на самом деле ее продается несколько больше. Поэтому выгодно умножать реальные продажи за прошедший период на коэффициент 1,2, восполняя пробел учета двух дней продаж.

Иногда в работу доставки вмешивается человеческий фактор – не хватает экспедиторов, грузчиков, автомобили доставки ломаются и т.д. Поэтому общепринято для бесперебойного наличия продукции добавлять «форс-мажорный» поправочный коэф. 0,3.

Поэтому и получается общий коэф. 1,5.

Почему важно принимать во внимание именно средние недельные продажи, а не продажи только за прошедшую неделю? Продажи могут как резко увеличиваться, так и резко падать. Чтобы сделать запас именно оптимальным, не допустить ни «перезатарки», ни отсутствия продукции, берется средний показатель продаж. Он позволяет выравнивать взлеты и падения продаж.

Элементное упражнение «Составление заказа». Время проведения – 15 минут.

Участники получают образец бланка истории продаж, в котором в качестве примера заполнены только поля «Остатки продукции» на момент визита. Необходимо, используя формулы управления товарным запасом, заполнить поля «Продажи» и «Заказ». Пример – в методических материалах. Участники работают индивидуально. По окончании работы тренер представляет

участникам правильный вариант подсчетов. Участники сравнивают его со своими вариантами и анализируют ошибки.

Мозговой штурм «Возможности для улучшения работы торговой точки» Время проведения - 60 мин.

Участники объединяются в три группы. Каждая группа получает от тренера несколько фото одной из торговых точек (5 – 7 фото). Важно, чтобы у всех были фото одной и той же торговой точки. Это могут быть изображения различных отделов и витрин магазина. Основная задача участников – создать проект развития продаж вашей продукции и представить его руководству торговой точки. Работа проходит в три этапа.

1. Генерация идей. Участники «рождают» любые идеи по развитию, даже самые бредовые и записывают их на карточки.
 2. Классификация идей. Из полученного списка идей определяются идеи, которые действительно можно реализовать, а какие – нет.
 3. Разработка проекта и оформление презентации. Все отобранные идеи еще раз обсуждаются и оформляются на листе флип-чарта для представления всей группе.
- Затем участники каждой группы проводят презентацию своего проекта и отвечают на возникшие вопросы остальных участников. Время на презентацию каждой группы – не более 5 минут.

13.00 – 14.00

Обед.

14.00 – 14.10

Разминка класса В. «Кто я такой?»

«Сейчас нам предоставляется возможность перевоплотиться на 10 минут в известную личность. Но в кого? Это секрет. Ваша задача с помощью вопросов узнать, кто вы. Фамилия известной персоны написана у вас на листочке, прикрепленном на спину. Вы можете спрашивать других участников о том, кто же вы, какой лысый вы или кудрявый, поэт, писатель и т.д. Отвечать на подобные вопросы можно только «да» или «нет». Встаньте в круг, возьмите листочек и булавку, повернитесь направо, прикрепите листочек булавкой к спине человека, стоящего перед вами. Повернитесь лицом в круг. Для того чтобы узнать, кто вы – у вас 7 минут. Еще раз напоминаю – только закрытые вопросы! Тот, кто узнал себя, возвращается на свое место.»

После проведения фасилитации, в мини-лекции тренер возвращается к результатам этой разминки.

14.10 – 16.00

Тема 6. Сбор информации – личная беседа с клиентом.

Фасилитация «Что необходимо выяснить у клиента в ходе беседы?». Время проведения – 10 минут.

Ситуация. Итак, мы провели осмотр торговой точки и у нас остались моменты, требующие уточнения непосредственно у клиента. Мы проводим личную беседу.

Вопрос. Какую информацию мы можем получить от клиента только в ходе личной беседы и каким образом мы это сделаем?

В ходе обсуждения участники определяют, что только с помощью вопросов можно получить информацию в ходе личной беседы.

Мини-лекция «Задаем вопросы и внимательно слушаем». Время проведения - 15 минут.

Тренер рассказывает о классификации вопросов на открытые и закрытые, приводит примеры.

Затем обсуждает с участниками результаты разминки «Кто я такой?» Кому удалось узнать, кто он?

Что вам помогло добиться успеха? Использовали ли вы какую-либо технологию? В какой момент времени, после какого вопроса вы были точно уверены, что знаете кто вы? Затем тренер объясняет суть метода логической воронки. Ряд вопросов, в котором каждый последующий имеет меньший логический объем, чем предыдущий называется последовательностью прямой логической воронки вопросов. Каждый последующий вопрос, заданный клиенту логично вытекает из ответа на предыдущий вопрос. В начале выгодно задавать общие открытые вопросы, тем самым выясняя текущую ситуацию. Если клиент не дает нужной информации – задаем закрытые вопросы. Далее мы уточняем и конкретизируем – задаем открытые сфокусированные вопросы и закрытые вопросы. В конце мы обобщаем сказанное клиентом – повторяем его высказывания. Завершая цепочку вопросов выгодно спросить клиента: «Если я покажу вам способ, который поможет решить эти проблемы, Вам это будет интересно?» Пример построения логической воронки вопросов – в методических материалах.

Кроме умения формулировать и конструировать вопросы, профессиональный продавец должен уметь внимательно слушать клиента. Слушать собеседника можно пассивно и активно. Нам подойдут приемы активного слушания, которые побуждают клиента передавать нам еще больший объем информации. Подробнее о методах активного слушания – в методических материалах.

Элементное упражнение «Шнуровка - Открытые и закрытые вопросы». Время проведения - 20 минут.

Участники объединяются в две команды, садятся лицом друг к другу. Каждый участник придумывает для себя два вопроса на любую произвольную тему – один открытый и один закрытый. Первый участник громко произносит свой открытый вопрос и затем перекидывает мяч любому участнику противоположной команды. Тот, в свою очередь, должен переформулировать этот же вопрос в закрытый. Затем он произносит свой открытый вопрос и снова перекидывает мяч. И так далее, пока все участники не переформулируют открытые вопросы в закрытые. Затем тоже самое, но наоборот – закрытые вопросы надо переформулировать в открытые.

Комплексное упражнение «Метод логической воронки». Время проведения - 35 минут.

Участники объединяются в две или три группы в зависимости от общего количества участников тренинга. Каждая группа получает от тренера распечатанные на бумаге вопросы и ответы на эти вопросы – по шесть – в хаотичном порядке. (Примеры вопросов и ответов в методических материалах). Задача каждой группы – расположить полученные вопросы и ответы на них в соответствии с методом «логической воронки». Участникам предлагается использовать полученные только что теоретические знания. Группа обсуждает варианты, располагает карточки с вопросами и ответами в определенной последовательности и закрепляет их на листе бумаги. По окончании этой части задания, каждая группа передает свой вариант соседней команде. Далее в группах проходит обсуждение полученных вариантов. Если группа полностью согласна с полученным вариантом, то она ничего не меняет на листе. Если нет – группа предлагает свой вариант расположения вопросов и ответов. По окончании обсуждения группы по очереди: сначала в ролях озвучивают всем первоначальный полученный вариант, а затем свою версию, если она есть. Все участники сравнивают и обсуждают варианты, определяя, какой из них более соответствует методу «логической воронки».

Комплексное упражнение «Техники активного слушания». Время проведения - 30 минут. Все участники тренинга садятся в круг и тренер дает инструкцию к упражнению.

Сейчас каждый из вас кратко расскажет о том, как он провел вчерашний вечер. Все присутствующие очень внимательно слушают рассказчика. Особенно трое сидящих слева от рассказчика участников. Первый сидящий слева «активно слушает» рассказчика, используя метод «Эхо». Второй – использует метод «Перефразирования», а третий – метод «Интерпретации».

Например: Рассказчик: «Вчера после тренинга я поехал домой, полчаса простоял в пробке. Дома проверил у детей домашнее задание, выпил у телевизора две бутылочки пива и лег спать». Первый: «Выпил пива и лег спать?». Второй: «Я правильно понял, что ты сначала уделил внимание детям, а затем пошел отдыхать?». Третий: «Могу я предположить, что ты получил большое удовольствие, потягивая пивко у экрана?».

16.00 – 16.15

Перерыв.

16.15 – 16.25

Разминка класса Г. «Чужие коленки».

«Сядьте плотно, так, чтобы стулья касались друг друга, а вы могли дотянуться до коленей соседей. Сейчас мы потренируем координацию движений и быстроту реакции. Правую руку кладите на левую коленку соседа справа, а левую – на правую коленку соседа слева. Сама игра заключается в том, чтобы руки хлопали по коленкам последовательно, не обгоняя друг друга. Тот, чья рука пропустила ход, убирает свою руку. Выбывает тот участник, который ошибся дважды. Итак, я начинаю... А быстрее можем?.. Для того чтобы изменить направление движения, вы можете в свой ход хлопнуть дважды. Это означает тупик и движение начинается обратно».

16.25 – 17.40

Тема 6. Сбор информации – личная беседа с клиентом (продолжение).

Ролевая игра «Анализ потребностей». Время проведения - 25 минут.

Разыгрываются две ситуации. Инструкции участникам – в методических материалах тренинга. Тренер предлагает участникам распределить роли. Тренер раздает участникам игры инструкции и готовит игровое пространство. Разыгрываемые ситуации занимают 5 минут. Ситуации записываются на видео для последующего анализа.

Видеоанализ ролевой игры. Время проведения - 50 минут.

Тренер делит наблюдателей на три группы, дает каждой группе критерии для анализа и записывает их на доску.

- Сколько и какие вопросы были заданы (открытые и закрытые)
- Удалось ли ТП построить логическую воронку вопросов
- Использовались ли в беседе методы активного слушания

17.40 – 17.50

Разминка класса Д. «Послание самому себе».

Сейчас каждый из вас придумает фразу – это должно быть пожелание, которое вам самим больше всего хочется услышать. Придумали? Тогда встаньте в одну линию. Тот, кто стоит крайним справа, а это Вася, говорит, стоящему рядом Пете, пожелание, которое он придумал, и беги бежит в конец строя. Петя быстро передает это пожелание дальше, Маше, Маша Саше и так далее, до конца. В итоге, Вася сам получает свое послание. Как только Петя передал послание Васи, он имеет право передать свое. Передав его Маше, Петя бежит в конец строя принимать свое послание. Игра заканчивается тогда, когда все участники получают послание самому себе. Важно следить за тем, чтобы послание было передано четко и без искажений. Готовы? Тогда начинаем!»

17.50 – 18.00

Подведение итогов дня. Обратная связь от участников, анкета дня.

Эту книгу целиком Вы можете купить на нашем сайте по
ссылке:

www.akademiki.biz/biblioteka-jivoi-informacii/knigi