

AKTIIVINEN MYYNTITAITO

on yrityksen käytännönläheinen valmennus uusimmille myyjille. Päivät ohjataan motivoivan johtamisen periaatteilla, joten ne aktivoivat ja innostavat osallistujia. Valmennuksen aikana keskustellaan paljon erilaisista myyntitilanteista ja tehdään harjoituksia. Kaikki aihealueet sovelletaan käytäntöön ja osallistujien todellisiin myyntitilanteisiin jo seminaarissa.

TAVOITTEET

- Oman persoonallisen työskentelytavan parempi tiedostaminen
- Henkilökohtaisen myynti- ja vaikuttamistaidon kehittäminen
- Erilaisten asiakastyyppeiden tunnistaminen ja ostopäätöksiin vaikuttaminen
- Myönteisen, aktiivisen ja tavoitteellisen työskentelyn sisäistäminen
- Yrityksen ylivoimaisuustekijöiden tehokkaampi käyttäminen asiakastilanteissa

ENNAKKOTEHTÄVÄ

Ennakkotehtävänä on tehdä persoonallisuudesta (MBTI) netissä, tarkemmat ohjeet tulevat sähköpostissa.

KAIKKIEN PÄIVIEN AIKATAULU

09.00-12.00 Seminaari (kahvi 08.45)

12.00-13.00 Lounastauko, jonka aikana mahdollista hoitaa puhelut ja sähköpostit

13.00-16.30 Seminaari (kahvi 15.00)

OHJELMA, JAKSO A

AVAUS JA VIRITTÄYTYMINEN

- valmennuksen tavoitteet ja työskentelytapa
- osallistujien odotusten tarkentaminen
- työskentelytapojen oppiminen

TULOKSET RATKAISEVAT

- missä kokonaisuudessa toimimme: asiat + ihmiset + myyntitilanne = tulos
- palvelujen / tuotteiden argumentointi ja henkilökohtainen vaikuttamisen taito
- ihmissuhdeosaaminen myyntitilanteissa
- mitä myyntityö on käytännössä

IHMISTUNTEMUS JA MINÄKUVA

- miten ihmiset voidaan karkeasti jakaa luonteenpiirteidensä mukaan erilaisiin ryhmiin (ihmiskeskeiset / asiakkeskeiset, hallitsevat / mukautuvat)
- osallistujien kokemuksia tyypeistä käytännön tilanteissa ja tehtävissä
- mistä ihmistuntemuksen malliajattelu on peräisin
- miltä profiilini näyttää ajatelleen aktiivista myyntityötä; mitkä ovat vahvuusalueita ja missä pitäisi tapahtua kehittymistä

AKTIIVINEN YHTEYDENOTTO

- mitä eroa on uusien asiakaskontaktien synnyttämisessä ja vanhojen asiakaskontaktien ylläpitämisessä
- miten ja millä käytännön keinoilla myymme vanhoille asiakkaille uusia tuotteita / lisäpalveluita
- miten ja millä käytännön keinoilla luomme uusia asiakaskontakteja
- itsensä ”myyminen”
- toiminta puhelimessa
- sähköposteihin vastaaminen ja sähköpostimyyminen

ASIAKASTAPAAMISET

- uuden asiakkaan tapaaminen myymälässä
- hyvät tavat
- käynti asiakkaan luona
- asiakastapaamisen eritasoiset tavoitteet

YRITYKSEN YLIVOIMATEKIJÄT

- mitkä ovat yrityksemme / tuotteittemme / palvelujemme ylivoimaisuustekijät
- mitkä niistä kannattaa mainita lähes kaikissa asiakastilanteissa
- asiakkaan ajatteluun ja ostohaluun vaikuttaminen

HENKILÖKEMIA

- samalle aaltopituudelle pääseminen ja luottamuksen synnyttäminen
- miten myyjän ja ostajan välinen henkilökemia toimii / omat kokemukset
- myyjän roolin tiedostamisen tärkeys

KEHITTÄMISPÄÄTÖKSET

- miten päätän hyödyntää päivän virikkeitä itseni kehittämisessä ja omassa myyntityössäni: tavoite, suunnitelma, aikataulu ja sitoutuminen
- montako uutta kontaktia päätän ottaa seuraavaan jaksoon mennessä
- sisäisen sparrauksen ja seurannan pelisäännöt

OHJELMA, JAKSO B

- Ota kansio mukaan.
- Tarkista mitä päätit tehdä jakson A lopussa (kehittämispäätökset).

VALMISTAUTUMINEN

Jokainen miettii etukäteen kaksi potentiaalista asiakasta, joihin on tarkoitus ottaa yhteyttä lähitulevaisuudessa. Valmistautukaa yhteyden ottamiseen ja asiakkaan tapaamiseen esim. hankkimalla tietoa asiakkaasta ja asiakkaan tilanteesta (valmistautumismateriaali mukaan).

AVAUS JA VIRITTÄYTYMINEN

- lyhyt kertaus jaksosta A: ihmistuntemus ja asiakkaan kohtaaminen
- ammattirooli ja oma persoonallisuus
- voiko myyjä olla aina oma itsensä
- kokemuksia sisäisestä sparrauksesta; palautetta esimiehelle

HENKILÖKOHTAISET KEHITTÄMISPÄÄTÖKSET

- millä tavalla olen kehittänyt itseäni ja myyntitaitoani; minkälaisia tuloksia
- mihin on syytä panostaa jatkossa enemmän

ASIAKKAAT OVAT ERILAISIA

- lyhyt kertaus teoriasta eli miten ihmiset voidaan karkeasti jakaa luonteenpiirteidensä mukaan erilaisiin ryhmiin (ihmiskeskeiset / asiakkeskeiset, hallitsevat / mukautuvat)
- erilaisten asiakastyyppeiden piirteet ja käyttäytyminen
- osallistujien kokemuksia tyypeistä käytännön eri tilanteissa ja tehtävissä

TUOTTEITTEN JA PALVELUJEN MYYNTIARGUMENTIT

- erilaiset asiakkaat kiinnostuvat tuotteista ja palveluista eri syistä
- mitä erityyppiset asiakkaat odottavat; myyntiargumenttien jakaminen asiakastyypeittäin
- minkälaisia asioita tulee korostaa ja minkälaisia välttää myyntitilanteissa

KÄYTÄNNÖN MYYNTITILANTEIDEN HARJOITUKSIA

- onko asiakkaan tapaaminen rutiinisuuoritus vai päivän tärkein hetki
- henkilökohtainen tapaaminen erityyppisten asiakkaiden kanssa
- valmistautumiset, harjoitukset ja johtopäätökset
- harjoitukset analysoidaan välittömästi ja osallistujille annetaan palautteet
- analysoinnin yhteydessä tarkastellaan tilannetta syvällisemmin ja etsitään muita / paremmin toimivia vaihtoehtoja
- huomiota kiinnitetään kaikkiin oleellisiin myyntiä edesauttaviin asioihin (asiakkaan käsittely, tuotteen / palvelun argumentit ja niiden painotus eri tilanteissa, tavoitteellisuus, innostamisen taito, kilpailutilanteen käsittely, palveluhalu, luottamuksen aikaansaaminen, hinnan esittäminen ja perusteleminen, tilanteen päättäminen)

KEHITTÄMISPÄÄTÖKSET

- miten päätän jatkaa itseni ja myyntitaitoni kehittämistä
- montako uutta kontaktia päätän ottaa seuraavaan jaksoon mennessä
- sisäinen sparraus

OHJELMA, JAKSO C

- Ota kansio mukaan.
- Tarkista mitä päätit tehdä jakson B lopussa (kehittämispäätökset).

AVAUS JA VIRITTÄYTYMINEN

- lyhyt kertaus jaksosta B: asiakkaitten tunnistaminen ja myyntiargumenttien osuvampi käyttäminen
- kokemuksia sisäisestä sparrauksesta; palautetta esimiehelle

TAVOITE- JA POSITIIVINEN AJATTELU

- mikä on mielikuvan / tavoitteen todellinen merkitys kaikessa toiminnassa
- mitä on mentaalivalmennus ja miten myyjä voi hyödyntää sitä myyntityössään
- mitä eroa on positiivisella, passiivisella ja negatiivisella ajattelulla
- miten positiivinen ajattelu
- vaikuttaa omaan mielialaan (voittajan asenne)
- auttaa uusien mahdollisuuksien löytämisessä (kehittyminen, lisämyynti)
- luo myönteistä vastakaikua muissa ihmisissä (asiakassuhteen vahvistaminen)
- ohjaa koko toimintaamme ja kaikkia suorituksiamme (onnistuminen)

SUUNNITELMALLINEN JA AMMATTIMAINEN MYYNTITYÖ

- uusien asiakkaiden hankinta
- miten valmistaudun etukäteen
- mitä asioita käsittelen tapaamisen / puhelun aikana
- miten teen lisämyyntiä
- mitä teen tapaamisen / käynnin jälkeen
- miten kauppoja saadaan lisää a) lyhyellä ja b) pitkällä tähtäimellä
- lisämyynnin ideoita
- suunnitelmallisuus ja ajankäyttö, päivän ja viikon suunnitteleminen etukäteen

HANKALAT ASIAKASPALVELUTILANTEET

- miksi toiset ihmiset ovat asiakkaina toisinaan hankalia, voimmeko muuttaa hankalan ihmisen, vai edellyttääkö tilanne omien asenteitten tarkistamista ja uudenlaista käyttäytymistä
- kilpailutilanteen käsitteleminen, jossa "raha ratkaisee"
- miten opin ottamaan kritiikin vastaan positiivisesti
- miten toimin, kun huomaan joutuvani "pompottelemaan" asiakasta
- miten oma ajatus "myydään" eri mieltä oleville ihmisille myönteisesti
- mitkä ovat yleisimmät vaikeat myyntitilanteemme, joihin haluamme lisää opastusta ja neuvoja

KEHITTÄMISPÄÄTÖKSET

- miten päätän lisätä suunnitelmallisuutta ja ammatillisuutta työssäni
- sisäinen sparraus