

Tabel:
Conceptul desfășurării cursului de instruire

| Denumirea modulului | Obiectivele modulului | Conținutul modulului (ce vor învăța participanții. Dezagrați conținutul programului din caietul de sarcini) | Metode de instruire utilizate | Resurse | Rezultate obținute la final de instruire | Livrabile | Riscuri de implementare | Recomandări |
|------------------------------------|---|---|---|--|---|---|----------------------------|---|
| VÂNZĂRI CU REZULTAT | -Prezentarea generală a conceptelor și practicilor din domeniul vânzărilor | 1. Introducere în domeniul vânzărilor | -Prezentare pentru a introduce conceptele de bază și terminologia din domeniu -Studii de caz pentru a ilustra modul în care conceptele teoretice se aplică în practică | *Suport de curs *Prezentari power point * Exerciții practice * Studii de caz * Exemple practice *Jocuri de rol | *Participanții ar trebui să demonstreze o înțelegere solidă a ciclului procesului de vânzare, incluzând prospectarea, identificarea necesităților, prezentarea produsului, gestionarea obiecțiilor și încheierea tranzacției | *Prezentari power point *Suport de curs | - | *Promovarea culturii de invatare continua *Suport continuu |
| | -Identificarea și evaluarea potențialilor clienți | 2. Ciclul procesului de vânzare: 2.1. Prospectarea | -Prezentari -Role-playing pentru a practica diferite | | *Participanții ar trebui să fie capabili să aplice abilitățile practice | | | |

| | | | | | | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|
| <p>-Dezvoltarea unui prim contact și construirea unei relații inițiale</p> <p>-Înțelegerea nevoilor și dorințelor clienților</p> <p>-Dezvoltarea abilităților de a pune întrebări relevante și utile</p> <p>-Învățarea modalităților eficiente de ascultare activă și de înțelegere a feedback-ului clientului</p> <p>-Crearea și livrarea unei oferte adecvate nevoilor clienților</p> | <p>2.2. Stabilirea contactului cu clienții</p> <p>2.3. Identificarea necesităților</p> <p>2.4. Tehnologiile de construire corectă a întrebărilor</p> <p>2.5. Tehnicile de ascultare a clienților</p> <p>2.6. Oferta și prezentarea produsului</p> <p>2.7. Lucrul cu obiecțiile</p> | <p>etape ale ciclului de vânzare și pentru a simula situații de vânzare realiste și pentru a dezvolta abilități practice</p> | | | <p>în situații reale sau simulate, cum ar fi stabilirea unui contact eficient cu clienții, ascultarea activă și gestionarea obiecțiilor</p> <p>*Rezultatele ar trebui să reflecte o îmbunătățire a performanței vânzătorilor în ceea ce privește numărul de tranzacții finalizate, volumul vânzărilor, ratele de conversie și feedback-ul pozitiv de la clienți</p> <p>-Participanții ar trebui să fie capabili să identifice și să evite erorile comune în procesul de vânzare, cum ar fi lipsa de ascultare a clienților, oferte</p> | | | |
|---|--|--|--|--|--|--|--|--|

| | | | | | | | | |
|--|--|---|---|--|--|--|--|--|
| | -Abordarea și gestionarea obiecțiilor pe care le pot avea clienții | | | | inadecvate sau gestionarea necorespunzătoare a obiecțiilor | | | |
| | -Examinarea strategiilor și tehnicilor eficiente pentru a gestiona și a depăși obiecțiile clienților | 3. Modalități de lucru cu obiecțiile | -Prezentari -Sesiuni practice de gestionare a obiecțiilor, în care participanții sunt expuși la diverse scenarii și sunt ghidați în identificarea și aplicarea strategiilor eficiente -Examinarea diferitelor tipuri de obiecții și modalități de abordare a acestora | | -Participanții ar trebui să fie capabili să dezvolte strategii personalizate și planuri de acțiune pentru îmbunătățirea performanței lor în vânzări, incluzând identificarea oportunităților de creștere și soluționarea problemelor existente *Participanții ar trebui să-și dezvolte încrederea în abilitățile lor de vânzare și să-și îmbunătățească abilitățile de comunicare pentru a interacționa mai eficient cu clienții. | | | |
| | Identificarea și evitarea erorilor comune în | 4. Erori des întâlnite în procesul de lucru al specialiștilor în vânzări | -Prezentari -Studii de caz pentru a analiza | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|---|--|--|--|--|--|--|--|
| | <p>încheierea unei tranzacții</p> <p>-Importanța și practicile corecte în furnizarea de servicii post-vânzare</p> | <p>4.1. Încheierea procesului de vânzare</p> <p>4.2. Serviciile post vânzare</p> | <p>consecințele erorilor în procesul de vânzare și modalitățile de corectare a acestora</p> | | | | | |
| | <p>-Înțelegerea și aplicarea conceptului de "funnel" în procesul de vânzare pentru identificarea și gestionarea potențialilor clienți</p> | <p>5. Pâlnia vânzătorilor</p> | <p>-Prezentari</p> <p>-Demonstrarea practică a utilizării unor instrumente și tehnici specifice de gestionare a funnel-ului de vânzări</p> | | | | | |
| | <p>-Examinarea diferitelor modele și strategii utilizate în practica vânzătorilor pentru maximizarea eficacității</p> | <p>6. Modele și strategii de vânzări</p> | <p>-Prezentari</p> <p>-Sesiuni de brainstorming pentru a genera idei noi și pentru a aplica modele și strategii în contexte specifice</p> | | | | | |

| | | | | | | | | |
|--|---|--|---|--|--|--|--|--|
| | | | | | | | | |
| | -Analiza rolului și a valorii unei mărci comerciale și strategiile de promovare a acesteia | 7. Marca comercială – importanța ei și cum o promovăm pe piețele internaționale | -Analiză de cazuri de succes ale altor companii în promovarea mărcilor comerciale pe piețele internaționale | | | | | |
| | -Examinarea și practicarea aplicării cunoștințelor și tehnicilor în diverse scenarii și contexte din lumea reală a vânzărilor | 8. Studiarea și lucrul cu diverse situații | -Scenarii practice și jocuri de rol pentru a aplica cunoștințele și abilitățile în diverse situații. | | | | | |