

Tabel:
Conceptul desfășurării cursului de instruire
Modulul 1. VÂNZĂRI CU REZULTAT (16 ore academice)

Denumirea modulului	Obiectivele modulului	Conținutul modulului (ce vor învăța participanții. Dezagregați conținutul programului din caietul de sarcini)	Metode de instruire utilizate	Resurse	Rezultate obținute la final de instruire	Livrabile	Riscuri de implementare	Recomandări
Modulul 1. VÂNZĂRI CU REZULTAT (16 ore ac.)	1. Introducere în domeniul vânzărilor 2. Ciclul procesului de vânzare: 2.1. Prospectarea; 2.2. Stabilirea contactului cu clienții; 2.3. Identificarea necesităților; 2.4. Tehnologiile de construire corectă a întrebărilor;	Modulul 1 Bazele unei interacțiuni constructive cu clienții <ul style="list-style-type: none"> • Conceptul de bază al unei comunicări de succes în vânzări • Ce înseamnă a vinde. Diferențele esențiale dintre deservire și procesul de vânzare • Adaptarea unei gândiri și atitudini orientate către client • Vanzarea "3 în 1" – ce vindem de fapt atunci când interacționăm cu clientul • Cele mai importante cunoștințe și abilități pe care trebuie să le 	<ul style="list-style-type: none"> • studiu de caz • role play pentru formarea abilităților • modelarea situațiilor de comunicare cu cumpărătorul • sarcini de grup și individuale • demonstrații de aplicare practică a tehnicilor și procedeelelor 	Locație: INTELLECT HUB SBC (str. P. Movila, 23/7) Sălile sunt dotate cu toate echipamentele necesare pentru desfășurarea instruirii	Formarea competențelor necesare pentru sporirea vânzărilor prin eficientizarea interacțiunii vânzător – cumpărător.	Prezentarea electronică a cursului; Materiale didactice.	-	Recomandări va fi incluse in raport final

	<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>3. modalități de lucru cu obiecțiile;</p> <p>4. erori des întâlnite în procesul de lucru al specialiștilor în vânzări</p> <p>4.1. Încheierea procesului de vânzare;</p> <p>4.2. Serviciile post vânzare;</p> <p>5. Pâlnia vânzărilor;</p> <p>6. Modele și strategii de vânzări;</p> <p>7. Marca comercială – importanța ei și cum o promovăm pe piețele internaționale.</p>	<p>posede un vânzător-consultant profesionist</p> <ul style="list-style-type: none"> • Etapele de comunicare și vânzare, acțiunile care duc spre vânzare <p>Modulul 2 Inițierea contactului cu cumpărătorul. Un început eficient de interacțiune</p> <ul style="list-style-type: none"> • Microstructura contactului; cum să produci o bună primă impresie • Aplicarea complexă a tehnicilor verbale și paraverbale • Procedee de a iniția un dialog. De ce NU întrebăm "Să vă ajut cu ceva?" și care sunt alternativele • Identificarea frazelor și acțiunilor interzise în interacțiunea cu clientul <p>Modulul 3 Clarificarea nevoilor, dorințelor și ezitărilor cumpărătorului</p>						
--	---	---	--	--	--	--	--	--

	<p>8. Studiarea și lucrul cu diverse situații</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ce sunt vânzările consultative și cum se realizează • Prospectarea. Gestionarea dialogului prin întrebări eficiente • Efectul și aplicarea tehnicilor de ascultare activă pentru clarificarea nevoilor și dorințelor clientului • Algoritmul de reorientare a cumpărătorului la alt produs în cazul în care produsul solicitat lipsește • Când și cum informăm despre promoții <p>Modulul 4 Propunerea produselor. Practica si tehnologia comunicarii persuasive</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cum să orientăm cumpărătorul într-un sortiment vast de produse • Aplicarea criteriilor de selecție în cazul în care se compară două și mai multe produse 						
--	---	--	--	--	--	--	--	--

		<ul style="list-style-type: none">• Tehnici de argumentare și alte procedee care influențează decizia clientului de a cumpăra• Cum să vorbim în limbajul beneficiilor pentru cumpărător. Aplicarea metodei "proprietatea produsului – beneficiu pentru client"• Procedee și tehnici pentru propunerea produselor adiționale <p>Modulul 5 Abordarea obiecțiilor din partea clientului</p> <ul style="list-style-type: none">• Obiecțiile clientului: cum reacționăm și ce spunem• Algoritmul de tratare a obiecției în trei pași• Cum evităm opoziția cu clientul care ridică obiecția• Identificarea răspunsurilor relevante la obiecțiile comune						
--	--	---	--	--	--	--	--	--

		<p>Modulul 6 Vânzări în segmentul B2B (business to business)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Specificul comunicării în segmentul B2B • Scenarii și pași pentru stabilirea contactului cu potențialii clienți • Pâlnia vânzărilor • Lucrul cu informația despre client • Etapa de pregătire pentru abordarea eventualului client • Strategii de neutralizare a obiecțiilor de tipul: "Nu ne interesează propunerea", "Avem deja furnizor" și altele • Serviciile post vânzare 						
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Nume: Olga Nisenboim

Funcția: Director

Data: 6 martie 2024

Adresa: mun. Chișinău, str. Cireșilor, 70

SBC-Proiect S.R.L.