



ИКИГАЙ

ООО «Группа компаний «Икигай»

ул. Горбунова, 2  
БЦ «Гранд Сетунь Плаза»  
121596, г. Москва

Тел.: +7 926 5555-44-7  
[welcome@ikigaiway.org](mailto:welcome@ikigaiway.org)  
[www.ikigaiway.org](http://www.ikigaiway.org)



# Мастер Продаж 2015

Тренинг для  
специалистов  
по продажам,  
руководителей групп  
и отделов

[www.ikigaiway.org](http://www.ikigaiway.org)

© 2015, Группа компаний ИКИГАЙ



**Продажи** – основной двигатель развития компании. За время существования систем К+ условия продаж, а, соответственно, и требования к продавцам менялись много раз. Современные продавцы систем прошли огромный путь от простого демонстратора электронной программы к консультанту, разбирающемуся в бухгалтерском учете, психологии, бизнес-процессах и во многих других направлениях.

Сегодня в условиях сильно насыщенного рынка, продавцу нужно не только профессионально «продать», но и выглядеть в глазах клиента «профессионалом», разбирающимся в его ситуации.

Данный тренинг направлен на решение этой задачи: как специалистам, не являющимися профессиональными бухгалтерами, аудиторами, донести до клиента, что его профессиональные вопросы и проблемы решаются и будут решаться с помощью продуктов РИЦ.

## I. ЦЕЛЬ ПРОГРАММЫ:

Научить специалистов **консультационной продаже** с учетом текущей ситуации и функциональных обязанностей клиента.

## II. ОСОБЕННОСТИ ПРОГРАММЫ:

1. Использование технологий тайм-менеджмента для специалистов отдела продаж;
2. Использование цепочек примеров из К+ для создания максимальной заинтересованности и доверия с клиентом (снижения налогообложения, решения кадровых вопросов и прочее);
3. Обучение созданию интересных примеров для клиентов в будущем;
4. Отработка примеров на актуальной базе КонсультантБухгалтер Версия Проф
5. Отработка «точечных» решений для клиентов, исходя из их запросов и проблем, с использованием баз К+ и услуг компании;
6. Использование примеров текущих технологий ведущих московских РИЦ (5ти лучших по результатам)
7. При проведении корпоративного формата – включение в отработку реальных преимуществ РИЦ и его уникальных предложений
8. Дистанционная посттренинговая поддержка (обсуждения, дополнительные задания, тестирование)

## III. РЕЗУЛЬТАТЫ ПРОХОЖДЕНИЯ КУРСА.

### СПЕЦИАЛИСТЫ СМОГУТ:

- Ставить цели и планировать результат встреч;
- Заинтересовывать клиента при встрече, выводя его из ситуации «равнодушия» или «неприязни», в не зависимости от используемых клиентом источников информации;
- Выходить с клиентом на «профессиональный» разговор, затрагивающий функциональные обязанности, вопросы и трудности клиента;
- Ускорять процесс «созревания» клиента к покупке;
- Демонстрировать возможности системы и всего спектра услуг компании как средство решения вопросов клиента;

- «Дожимать» клиента, несмотря на типичные отговорки о текущих трудностях, в т. ч. по финансовым вопросам.

#### IV. ПРОДОЛЖИТЕЛЬНОСТЬ ТРЕНИНГА:

24 часа (3 дня).

#### V. НЕОБХОДИМОЕ ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБОРУДОВАНИЕ:

Ноутбуки или стационарные компьютеры с установленной демоверсией КонсультантПлюс (одно рабочее место на 2-х участников).

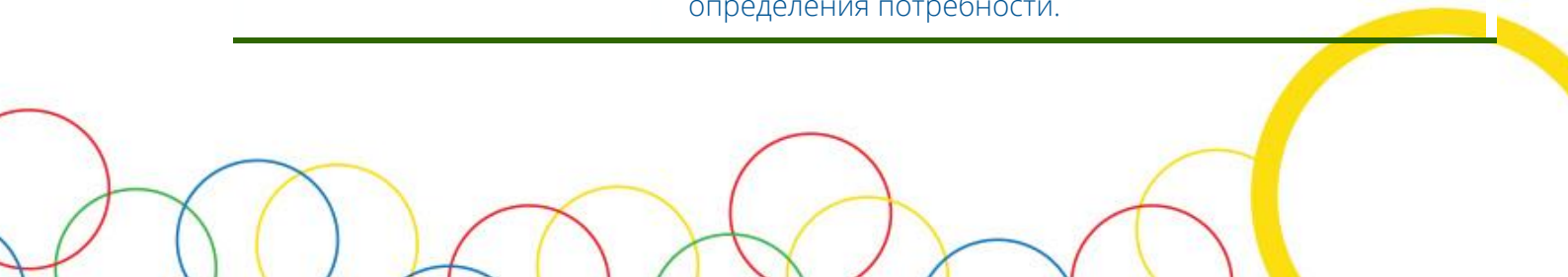
#### VI. ТРЕБОВАНИЯ К ЗНАНИЯМ УЧАСТНИКОВ ПО ПРОДУКТУ:

Участники должны знать наполнение баз в программе КонсультантБухгалтер: Версия Проф.

#### VII. ПРОГРАММА ТРЕНИНГА

Типичные трудности (словами специалистов)	Решение в тренинге (теория, упражнения, отработки)	Результаты для специалистов
<p>«Мы не можем отвечать за продажи, все зависит от клиентов (руководства)»</p> <p>«У нас не хватает времени, слишком много дел»</p> <p>«Много времени уходит на продажу (длинный цикл продажи)»</p>	<p>Блок «Тайм-менеджмент для специалистов». (2 часа)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Сегментация клиентов;</li> <li>• Определение задач специалистов. Определение их приоритетности и разделения по времени;</li> <li>• Постановка целей на ближайший месяц с проверкой на амбициозность и достижимость.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Начинают брать на себя ответственность за результаты.</li> <li>2. Понимают свои задачи, свой распорядок, умеют расставлять приоритеты.</li> <li>3. Ставят цель на продажи, тем самым, появляется дополнительная мотивация.</li> </ol>
<p>«Не знаю, правильно ли я продаю»</p> <p>«Что такое эффективные продажи?»</p> <p>«Как продают другие?»</p>	<p>Блок «Стратегия продаж» (30 мин)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Стратегия продаж: этапы, цели, задачи и индикаторы.</li> <li>• Позиция специалиста по отношению к продаже: фокус на потребности клиента.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знают стратегию продаж, знают какие задачи нужно достичь и как понять по проявлениям клиента достигнута задача этапа или нет.</li> <li>2. Понимают, что слепое следование этапам не способствует продаже, важно отслеживать сигналы от клиента.</li> </ol>

Типичные трудности (словами специалистов)	Решение в тренинге (теория, упражнения, отработки)	Результаты для специалистов
<p>«Не знаю, с чего начать разговор с клиентом»</p> <p>«Им (клиентам) ничего не нужно»</p> <p>«Они меня игнорируют/ заняты своими делами»</p> <p>«Они соглашаются на встречу, чтобы от них отвязались»</p> <p>«Они недовольны/ агрессивны/ проч.»</p>	<p>Блок «Вступление в контакт» (5 час 30 мин)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Эмоциональный и профессиональный контакты. Особенности и целесообразность использования;</li> <li>• Создание и подготовка инфоповодов (поводы, вызывающий интерес у максимального количества клиентов;</li> <li>• Создание базы инфоповодов с использованием системы и услуг компании.</li> <li>• Технология преподнесения инфоповодов.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Знают с чем зайти к клиенту, чтобы вызвать у него интерес и создать профессиональный диалог (помимо разбираемых на тренинге шаблонов-инфоповодов с использованием «вкусных» баз системы (оптимизация налогообложения, кадровые вопросы и проч.) специалисты научатся готовить инфоповоды под изменения законодательства и услуг компании, т. е. смогут в будущем использовать эту технологию с любыми клиентами, в любой ситуации.</li> </ol>
<p>«Не понятно, что нужно клиенту»</p> <p>«Не могу понять его потребности»</p> <p>«Как выйти на его проблемы?»</p> <p>«Он не хочет (не будет) отвечать на мои вопросы»</p> <p>«Я сразу начинаю с демонстрации, а вопросы не задаю»</p>	<p>Блок «Выяснение потребности клиента» (5 часов)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Определение функциональных обязанностей клиента;</li> <li>• Переход от информационных поводов к функциональным обязанностям клиента;</li> <li>• Определение проблем клиента, краткосрочных и долгосрочных, отличия в работе с ними;</li> <li>• Взаимосвязь между проблемами клиента и его потребностями. Ценность определения потребности.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разберут, что входит в обязанности бухгалтера, что им важно, что у них чаще «болит».</li> <li>2. Поймут как выходить на проблемные области клиентов, как сделать разговор для клиента естественным, чтобы клиент «говорил сам».</li> <li>3. Знают, куда надо «вести клиента», чтобы клиент осознал, что его источники не самые оптимальные на сегодняшний момент.</li> </ol>



Типичные трудности (словами специалистов)	Решение в тренинге (теория, упражнения, отработки)	Результаты для специалистов
<p>«Клиент вроде заинтересовался, но покупать не хочет»</p> <p>«Сказали, что купят, но не сейчас»</p> <p>«Говорят «Дорого» или «Нет денег»</p> <p>«Говорят: «сейчас не надо, приходите, когда в стране/ компании лучше с деньгами будет»</p> <p>«Их устраивает, то, чем они сейчас пользуются»</p>	<p>Блок «Развитие потребности клиента» (3 часа)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Механизм развития потребности клиента. Суть процесса продажи;</li> <li>• Инструменты для быстрого развития потребности клиента;</li> <li>• Секреты эффективности опытных продавцов.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понимают, что просто найти проблемы -это еще не продажа, проблемы надо усиливать.</li> <li>2. Знают как это делать естественно.</li> <li>3. Знают, как довести клиента до точки, в которой он скажет: «все хватит, надо менять ситуацию».</li> <li>4. Разберут способы как это делают опытные специалисты в разных РИЦ Москвы и страны и отработают эти способы.</li> </ol>
<p>«Они не хотят смотреть систему (уже много раз видели)»</p> <p>«Быстро теряют интерес, когда начинаю показывать»</p> <p>«Не знаю (боюсь) как ответить на их вопросы при демонстрации»</p> <p>«Начинают спорить/ возражать во время демонстрации»</p>	<p>Блок «Удовлетворение потребности клиента» (4 часа)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Использование демонстрации системы как средство для удовлетворения потребности клиента;</li> <li>• Закрытие потребности клиента с помощью презентации услуг компании и будущего сопровождения системы;</li> <li>• Приемы и способы снятия возражений клиента в процессе демонстрации/ презентации;</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Умеют не просто показывать систему, а «точно» указывать на способы решения проблем клиента.</li> <li>2. Знают как «привязать» базы системы к любым проблемам и потребностям клиента.</li> <li>3. Используют услуги компании и будущее сопровождение как дополнительный инструмент убеждения заключения договора.</li> </ol>



Типичные трудности (словами специалистов)	Решение в тренинге (теория, упражнения, отработки)	Результаты для специалистов
<p>«Не знаю, как дожать клиента»</p> <p>«Он говорит, что ему нравится, но не он принимает решение»</p> <p>«Говорят «Дорого» или «Нет денег»</p> <p>«Говорят, что надо подумать или посоветоваться с кем-то»</p>	<p>Блок «Завершение встречи» (4 часа)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Технология форсирования принятия решения клиентом;</li> <li>• Отличие отказов от отговорок;</li> <li>• Работа с отказом: позиция и инструменты;</li> <li>• Доведение клиента до оплаты.</li> </ul>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Понимают, когда клиенты используют отговорки, а когда действительно есть трудности, требующие время для решения. Знают как работать в одном и другом случае.</li> <li>2. Не дожидаются, когда клиент согласиться на покупку, а сами активно форсируют этот процесс.</li> <li>3. Знают, что нельзя расслабляться, после получения согласия клиента на покупку. Знают алгоритм действий после этого.</li> </ol>

Мы с удовольствием ответим на любые вопросы по программе!

Содержание программы, длительность блоков обсуждается при подготовке к проведению в Вашем РИЦ с учетом мнения руководителя и информации, полученной из предварительного анкетирования участников!

Желаем процветания Вашему бизнесу!

