



✉ info@ArtemAlekseev.ru

vk vk.com/hrcenteraa

📷 [@artalexeev](https://www.instagram.com/artalexeev)

📞 +7 (960) 201-26-00



ARTEMALEKSEEV.RU

Инвестируйте в собственное развитие.
Обучение - это ваше
конкурентное преимущество.

Ваш бизнес-тренер
Артем Алексеев

НИНГИ

ЗВИТИЕ ВАШ



ARTEMALEKSEEV.RU

ТРЕ

РАЗ

СА

Ж

—

ПРОДА

ЕГО БИЗНЕС

СОДЕРЖАНИЕ:

■ Почему нужно проводить тренинги?	2
■ О бизнес-тренере Артеме Алексееве	3
■ Список довольных клиентов	4
■ Программы тренингов для отдела продаж:	
■ Продающая презентация	5
■ Обработка возражений и сопротивлений	6
■ Выявление и формирование потребностей. Продающие вопросы	7
■ Дожим клиента. Методы закрытия сделки	8
■ Установление контакта и расположение клиента к себе	9
■ Как подобрать ключ к клиенту? Типология, основные мотиваторы покупателей	10
■ Переговоры. Договориться можно обо всем	11
■ Телефонные продажи. Телефон, как драйвер роста компании	12
■ Как заказать тренинг	13
■ Узнайте о тренингах для руководителей	14

ПОЧЕМУ **НУЖНО** ПРОВОДИТЬ ТРЕНИНГИ?

Оцените эффективность вашего персонала от 1 до 10, где 1 – низкая эффективность, а 10 – самые лучшие сотрудники в отрасли.

Если вы не поставили десятку, значит есть зоны роста, с которыми нужно работать. Самый эффективный способ – проведение тренингов.

Тренинги не только дают знания, но и формируют навыки. Тренинги – это современный формат обучения сотрудников, когда вначале разбирают теорию, а затем отрабатывают на практике полученные знания.

ПРЕИМУЩЕСТВА ТРЕНИНГОВ:

1. Увеличивают эффективность компании
2. Мотивируют персонал
3. Снижают текучку кадров
4. Позволяют оценить работников
5. Говорят о престижности Вашей компании
6. Обладают эффектом командообразования
7. Поднимают продажи



Тренинг – это
значит **уметь**,
а не только знать



БИЗНЕС–ТРЕНЕР АРТЕМ АЛЕКСЕЕВ

- Свидетельство бизнес-тренера РУДН г. Москва
- Руководитель собственного Кадрового центра, профессиональный рекрутер
- Автор книги «К выставке готов!», издательство «Альпина Паблишер», Москва
- Призер конкурса Администрации Новгородской области «Предприниматель года»
- Призер конкурса Администрации Великого Новгорода «Продавец года»
- Теле и радиоведущий.
- Консультант по маркетингу, продажам и управлению персоналом

НАШИ ДОВОЛЬНЫЕ КЛИЕНТЫ

- Сети АЗС «Сургутнефтегаз», British Petroleum, Титан-СН.
- ГТК «Газпром» Красная Поляна, Сочи.
- Региональное отделение партии «Единая Россия», Депутат Государственной думы, Депутаты областных и городских региональных законодательных собраний,
- Торгово-Промышленная Палата, региональное отделение РСПП.
- Центр Кластерного развития Новгородской области, Фонд поддержки малого и среднего предпринимательства.
- Бинбанк, Новобанк, Сбербанк, Банк Санкт-Петербург.
- Нанософт, Индигософт, Центр «Хард», Система СПб.
- Химический комбинат «Акрон», лаборатория «Грумонт».
- Мебельная фабрика «Элегия».
- Заводы «ГАРО», Бакаут, ЛИК.
- Строительные компании: Центр Долевого Строительства СПб, ГК «Норма», ПБК-Сервис, Plotnikov, Анкер, ГК «Асторга», Спецзаказ Минск, Овертайм Москва.
- Игротрейд, Вагон игрушек, Фабрика «Мякиши.
- Ресторанная компания «Гурметто», ресторан «Антонио».
- Фабрики верхней одежды «Олдос», Альфа-Трикотаж, Пикко-Трейд.
- Курорт Амакс Старая-Русса.
- Вольво-Трак Сервис Боровичи, ПМК-1, Автоцентр «Альянс», Мста-Лада.

Еще более 60 клиентов.

ПРОДАЮЩАЯ ПРЕЗЕНТАЦИЯ

Презентация товара или услуг – залог успеха хорошего продавца. Если вы хотите продавать чаще, быстрее и дороже, тогда закажите тренинг «Продающая презентация».

НА ТРЕНИНГЕ УЧАСТНИКИ УЗНАЮТ:

- Структуру эффективной презентации
- Способы привлечения и удержания внимания клиента
- Инструменты правильного представления товаров и услуг
- Способы усиления презентации
- Методы побуждения клиента к заключению сделки

ПОСЛЕ ПРОВЕДЕНИЯ ТРЕНИНГА ВАШИ СОТРУДНИКИ СМОГУТ:

- Говорить на языке выгод клиента
- Эффективно презентовать товары и услуги компании
- «Закрывать» сделки
- Больше продавать

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА:

1. Определение умения участников проводить презентацию.
Приоритеты работы с зонами роста участников.
2. Упражнение «точка зрения клиента» для понимания алгоритма принятия решения клиентов.
3. Понятия «выгода», «потребность», «ценность» и «преимущество» через анализ видео, выполнение упражнений, анализ профессионального опыта участников.
4. Алгоритм эффективной презентации.
5. Инструменты привлечения и удержания внимания клиента для проведения презентации.
6. Баланс логики и эмоций.
7. Логические инструменты презентации.
8. Эмоциональное усиление презентации.
9. Отработка навыков в моделировании ситуаций, деловые игры.
10. Способы вовлечения в презентацию, интерактивность.
11. Цель проведения презентации и побуждения к действию.
12. Методы закрытия сделки: прямое, косвенное и мягкое закрытие.
13. Выполнение упражнений и разбор рабочих ситуаций, анализ успехов и зон роста.
14. Аттестация участников, проверка знаний.
15. Работа в формате «вопрос – ответ»

ОБРАБОТКА ВОЗРАЖЕНИЙ И СОПРОТИВЛЕНИЙ

НА ТРЕНИНГЕ УЧАСТНИКИ УЗНАЮТ:

- Важный психологический этап, предшествующий аргументации возражения.
- 2 универсальных алгоритма (обычный и продвинутый) обработки возражений и сопротивлений.
- Причины, по которым клиенты говорят ложные возражения вместо истинных.
- Способы аргументации возражений и сопротивлений клиента.
- 34 речевых шаблона обработки самых распространенных возражений клиентов.

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА:

1. Составление длинного списка возражений клиентов, известных участникам тренинга.
2. Диагностика навыка обработки возражений и определение зон роста участников.
3. Анализ ошибок продавцов во время обработки возражений.
4. Психологические причины возникновения возражений и сопротивлений у клиентов.
5. Цель обработки возражений, критерии эффективного поведения во время обработки возражений.
6. 2 алгоритма обработки возражений: базовый и продвинутый.
7. Этап «психологическое присоединение и подстройка». Методы и инструменты.
8. Проверка на истинность. Шаблоны речевых модулей для проверки клиентов.
9. Логические методы аргументации.
10. Эмоциональные методы аргументации.
11. Комбинированные методы.
12. Исключение из правил и алгоритмов.
13. Разработка речевых заготовок для обработки возражений из п.1.
14. Деловые игры и моделирование рабочих ситуаций.
15. Анализ видеофрагментов.
16. Проверка знаний участников.
17. Работа в формате «вопрос – ответ».
18. Вручение сертификатов участникам тренинга.

Один из самых популярных тренингов для увеличения продаж – это «Обработка возражений и сопротивлений клиента».

Именно возражения клиента отделяют нас от заключения сделки. Клиенты любят сомневаться перед принятием решения, поэтому придумывают отговорки одни за другими. Эти возражения сотрудники должны уметь щелкать как семечки.

ПОСЛЕ ПРОВЕДЕНИЯ ТРЕНИНГА ВАШИ СОТРУДНИКИ СМОГУТ:

- Продолжать разговор с клиентом после жесткого отказа.
- Отличать ложные возражения от истинных.
- Использовать один из двух алгоритмов обработки возражений.
- Быстро находить аргументы для возражений.
- Убедять клиентов.
- Больше и быстрее продавать.

ВЫЯВЛЕНИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ

Выявление и формирование потребностей. Продающие вопросы.

Вопросы позволяют выяснить, что именно нужно клиенту, понять его потребности и возможности.

Правильные вопросы могут сформировать желание купить наш товар или услугу. Вопросы минимизируют возражения и сопротивления покупателя.

А Ваши сотрудники владеют искусством продающих вопросов?

Если нет, тогда вы недополучаете прибыль!

Значит пришло время заказать тренинг

«Выявление и формирование потребностей. Продающие вопросы».

НА ТРЕНИНГЕ УЧАСТНИКИ УЗНАЮТ:

- Типологию и назначение каждого вида вопросов.
- Как направлять разговор в нужное русло с помощью продающих вопросов.
- Способ неназойливо начать задавать вопросы потенциальному клиенту.
- Инструментарий выявления и формирования потребностей у покупателя.

ПОСЛЕ ПРОВЕДЕНИЯ ТРЕНИНГА ВАШИ СОТРУДНИКИ СМОГУТ:

- Задавать эффективные продающие вопросы.
- Минимизировать возражения и сопротивления клиента.
- Выяснять потребности и возможности клиента.
- Формировать желание купить наш товар или услугу.
- Продавать больше.

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА:

1. Регламент. Знакомство с участниками. Выявление ожиданий.
2. Алгоритм принятия решения покупателем. Понятие «внутренний диалог».
3. Упражнение на понимание важности задавания вопросов.
4. Закрытые вопросы. Назначение и преимущества данного типа вопросов. Примеры. Задание на генерацию закрытых вопросов.
5. Хвостатые вопросы, как частный вид закрытых вопросов.
6. Открытые вопросы. Преимущество данного типа вопросов. Упражнения на генерацию открытых вопросов. Деловые игры в формате поединка вопросов.
7. Манипуляции с помощью альтернативных вопросов. Методы и инструменты.
8. Зеркальные вопросы для перехвата инициативы. Алгоритм использования.
9. Упражнения на закрепление навыка задавания продающих вопросов.
10. Приемы активного слушания. Упражнения для отработки.
11. Формирование потребностей с помощью «больных» вопросов по методу spin: ситуационные, проблемные, извлекающие и направляющие вопросы.
12. Анализ видеофрагментов для закрепления знаний.
13. Деловые игры и моделирование рабочих ситуаций.
14. Проверка знаний и навыков у участников. Работа с зонами роста.
15. Работа в формате «вопрос – ответ».
16. Вручение сертификатов участникам.

ДОЖИМ КЛИЕНТА. МЕТОДЫ ЗАКРЫТИЯ СДЕЛКИ

НА ТРЕНИНГЕ УЧАСТНИКИ УЗНАЮТ:

- Способы преодоления страха отказа перед закрытием сделки.
- Более 10 методов дожима клиента.
- Алгоритм выбора оптимального способа закрытия сделки в зависимости от ситуации.

ПОСЛЕ ПРОВЕДЕНИЯ ТРЕНИНГА ВАШИ СОТРУДНИКИ СМОГУТ:

- Уверенно закрывать сделки.
- Использовать несколько методов дожима клиента.
- Выбирать наиболее эффективный способ в зависимости от ситуации.
- Продавать больше.

Цель любой продажи – заключение сделки и деньги в кассе. Важно уметь правильно «дожимать» клиента.

Существуют десятки методов побуждения покупателя к покупке, каждый эффективен в своем случае.

А Ваши продавщики умеют дожимать покупателя на все 100%?

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА:

1. Регламент. Знакомство участников и тренера. Выявление ожиданий группы.
2. Ошибки продавцов при дожиге клиента.
3. Способы психологического настроя перед закрытием сделки.
4. Прямое закрытие. Речевые заготовки. Отработка на практике.
5. Метод «ажиотаж». Отработка применения.
6. Способ «щенок». Преимущества использования.
7. Инструмент «Дробление». Упражнение для формирования навыка.
8. Мягкое закрытие. Алгоритм применения. Речевые заготовки
9. Косвенное закрытие. Варианты использования.
10. Анализ методов дожима клиентов на примере видео фрагментов.
11. Комбинированные методы. Примеры применения.
12. Отработка навыка методом моделирования рабочих ситуаций.
13. Проверка знаний и навыков. Работа над зонами роста.
14. Работа в формате «вопрос – ответ».
15. Вручение сертификатов участникам тренинга.

УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА И РАСПОЛОЖЕНИЯ

Первое впечатление
во многом влияет
на успех
переговоров.

НА ТРЕНИНГЕ
УЧАСТНИКИ УЗНАЮТ:

- Жесты и позы, которые предпочтительнее использовать при установлении контакта.
- Способы оценки психологического состояния клиента.
- Каналы коммуникации, которые формируют первое впечатление.
- Алгоритм ведения «малых разговоров».
- Compliments прямые и косвенные.
- Как использовать «отзеркаливание» для расположения клиента к себе.

ПОСЛЕ ПРОВЕДЕНИЯ ТРЕНИНГА ВАШИ
СОТРУДНИКИ СМОГУТ:

- Читать язык тела клиента.
- Диагностировать состояние клиента.
- Подстраиваться под поведение покупателя.
- Вести малые разговоры и говорить комплименты.
- Располагать покупателя к себе.
- Увеличивать продажи благодаря инструментам установления контакта.

Успешному продавцу нужно уметь использовать приемы расположения клиента к себе: владеть языком тела, правильно диагностировать настрой клиента, уметь вести «малые разговоры», делать комплименты, «разворачивать» потенциального покупателя на говорение и применять другие приемы формирования нужного впечатления о себе.

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА:

1. Регламент. Знакомство участников. Выявление ожиданий группы.
2. Деловая игра «Ледокол» на снятие зажимов и деловой настрой участников.
3. Изучение видеосегментов для анализа алгоритма установления контакта с покупателем.
4. Приоритеты каналов коммуникации (невербалика, паравербалика, вербалика) для формирования первого впечатления.
5. Невербалика. Жесты, поза и мимика. Инструменты манипуляции.
6. Паравербалика. Интонация, как инструмент влияния.
7. Техника «ЯРД» для ведения малых разговоров.
8. Простые и косвенные комплименты.
9. Диагностика психологического состояния клиента для эффективной подстройки.
10. Отзеркаливание, как манипуляция по формированию первого впечатления.
11. Определение типа ценностей (мотиваторов) клиента по речевым, письменным, поведенческим и другим маркерам для дальнейшего использования.
12. Отработка полученных знаний в упражнениях.
13. Моделирование рабочих ситуаций. Деловые игры.
14. Оценка полученных знаний и навыков. Работа с зонами роста участников.
15. Работа в формате «вопрос – ответ».
16. Вручение сертификатов.

ТИПОЛОГИЯ ПОКУПАТЕЛЕЙ

Как сканировать покупателей и подбирать к ним ключи? Как научить продавцов менять свое поведение в зависимости от психотипа клиента? Ответ прост – тренинг «Типология покупателей. Как подобрать ключ к клиенту?»

Это обучение для продвинутых менеджеров по продажам, которые уже освоили базовые навыки своего ремесла.

После тренинга продавцы смогут по внешнему виду, поведению, устной и письменной речи диагностировать тип клиента.

Определив типологию, станут понятны основные ключи мотивации покупателя, зная которые, легко изменить презентацию товара, скорректировать алгоритм обработки возражений, задавать правильные вопросы.

Проще говоря, ваш сотрудник, как хамелеон сможет подстраиваться к покупателю. Изменять свое поведение, подбирать сильные аргументы, вызывать доверие.

Все это необходимо для увеличения продаж и развития отношений с клиентами.

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА:

1. Знакомство. Установление правил. Выявление ожиданий участников.
2. Деловая игра-ледокол для рабочего настроения и снятия зажимов участников.
3. Теоретический блок про типологию клиентов и их мотивы принятия решений.
4. Маркеры внешнего вида, поведения и речи основных типов клиентов.
5. Упражнение с анализом поведения и внешнего вида покупателей для выявления маркеров и определения типов клиентов. Просмотр фрагментов из фильмов.
6. Анализ письменной речи разных покупателей для определения типологии.
7. Диагностика умения участников совершать основные этапы продаж: устанавливать контакт, задавать вопросы, проводить презентацию, обрабатывать возражения и дожимать клиентов.
8. При необходимости проведение мини-лекбеза по тем этапам, где участникам нужна помощь.
9. Изменение поведения продавца в блоке установления контакта. Техники и инструменты.
10. Упражнение на умение варьировать методики выявления потребностей в зависимости от типологии клиентов.
11. Способы корректировки презентации в зависимости от типа клиента. Методология. Упражнение на отработку навыка.
12. Упражнение на подстройку к типу клиента при обработке возражений. Отработка практического навыка.
13. Изменение методов завершения сделки в зависимости от психотипа покупателей.
14. Деловые игры. Моделирование рабочих ситуаций с разными типами клиентов.
15. Аттестация. Проверка знаний участников. Выявление успехов и зон роста.
16. Проведение работы по зонам роста участников, требующих проработки после аттестации.
17. Работа в формате «вопрос-ответ».
18. Вручение сертификатов участников тренинга.

ПЕРЕГОВОРЫ. ДОГОВОРИТЬСЯ МОЖНО

Переговоры – следующая ступень искусства ведения продаж, требующая высокого уровня мастерства. Здесь важно выбрать одну из нескольких возможных тактик. Затем определить цели максимум и минимум, узнать точку выхода из процесса. После чего подготовить зону торга и сформулировать банк уступок. Далее идет эффективный обмен уступками и фиксация результата. На бумаге всё выглядит просто и понятно, а на практике не все умеют мастерски следовать этому сценарию, необходима тренировка и практика.

Чтобы отточить навыки переговоров и получать большие результаты, закажите тренинг «Переговоры. Договориться можно обо всем».

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА:

1. Регламент. Выявление ожиданий. Знакомство.
2. Деловая игра «Ледокол» для рабочего настроения и снятия зажимов.
3. Деловые игры для определения стартового навыка ведения переговоров.
4. Анализ успехов и зон роста участников.
5. Отличие продаж от переговоров. Алгоритмы.
6. Теоретический блок. Типы стратегий переговоров.
7. Анализ видеофрагментов для определения типов стратегии переговоров.
8. Обучение приему «назначение повестки» для получения инициативы в переговорах.
9. Блок прояснение позиций. Старт переговоров.
10. Отработка в деловых играх приемов «назначение повестки» и «прояснение позиций».
11. Теоретический блок «поле торга» и «банк уступок».
12. Отработка приема обмен уступок разной ценности.
13. Деловые игры по заданным сценариям переговоров: сроки поставки, предоставление скидки и т.д.
14. Блок «жесткие переговоры» и «агрессивный собеседник».
15. Блок противодействие манипуляциям на переговорах.
16. Деловой этикет на переговорах.
17. Деловые игры и моделирование процесса переговоров по заданным ситуациям (кейсам).
18. Проверка знаний и навыков участников. Аттестация.
19. Работа в формате «вопрос-ответ».
20. Вручение сертификатов участникам.

ТЕЛЕФОННЫЕ ПРОДАЖИ

Телефон был и остается эффективным инструментом продаж: быстро, недорого и результативно.

Зайдите на любой сайт в раздел контакты, где наряду с электронной почтой Вы найдете мобильный или городской номер телефона.

У телефонных продаж есть большое количество плюсов: множество контактов с потенциальными покупателями за короткое время, мгновенная обратная связь, возможность ставить разговор на паузу и перезванивать, звучать более солидно, чем мы выглядим при личном контакте.

Чтобы использовать плюсы телефонных продаж, нужно владеть навыками: находить точки входа в компанию (инфоповоды), проходить секретаря, получать рекомендации, быстро проводить разведку, обрабатывать возражения, делать короткую презентацию, добиваться просмотра ранее отправленного коммерческого предложения и еще пара десятков тонкостей...

Если Ваши продавцы пока не в совершенстве владеют навыками телефонных продаж, то рекомендую заказать полезный тренинг «Телефонные продажи. Телефон как драйвер роста» и увеличить результативность вашего бизнеса.

ПРОГРАММА ТРЕНИНГА:

1. Регламент. Знакомство участников. Выявление ожиданий группы.
2. Деловая игра-ледокол на снятие зажимов и рабочий настрой.
3. Стартовый блок. Звонки коллегам и конкурентам. Анализ плюсов и минусов.
4. Блок психологической настройки для телефонных продаж: целеполагание и планы, настойчивость и назойливость, «план по отказам» и «изобилие».
5. Борьба с боязнью отказов и жесткими клиентами.
6. Три основных алгоритма звонков.
7. Первое впечатление по телефону, маски продавца-телефониста.
8. Блок знакомство и удержание внимания.
9. Техника «почему я вам звоню» и «инфоповод», как профилактика возражений.
10. перехват инициативы и получение согласия на продолжение общения.
11. Блок «обход секретаря», выход на лицо принимающее решение.
12. Получение рекомендаций у лица, влияющего на решение.
13. Правила и техники телефонной разведки.
14. Борьба с возражениями и сопротивлениями по телефону.
15. Правильная продажа идеи и яркая презентация в телефонных продажах.
16. Подведение к завершению общения: правило дальнейших шагов, получение согласия на дальнейшее общение.
17. Обход острых и невыгодных тем: цен, наличия, конкурентного сравнения, отсрочки и т.д.
18. Много практики. Совершение звонков на тренинге. Анализ результатов.
19. Правила составления эффективных скриптов.
20. Совместная работа по созданию речевых заготовок участников.
21. Вопрос-ответ. Работа с запросами участников.
22. Аттестация.
23. Выдача сертификатов участникам.



КАК ЗАКАЗАТЬ ТРЕНИНГ И ПРОКАЧАТЬ ПЕРСОНАЛ

1. Оценить эффективность персонала
2. Определить зоны роста сотрудников
3. Выбрать программу тренинга
4. Согласовать условия проведения тренинга
по телефону **+7 (960) 201-26-00** или по почте **info@artemalekseev.ru**
5. Принять участие в полезном тренинге
6. Применять полученные знания и навыки на обучении
7. Получить результат

ТРЕНИНГИ **ДЛЯ РУКОВОДИТЕЛЕЙ**

Результативность компании во многом зависит от руководящего состава. Сильная команда управленцев – эффективный бизнес.

Чтобы не утратить позиции на конкурентном рынке и ускорить темпы развития, необходимо прокачивать не только линейный персонал фирмы, но и развивать топ-менеджмент.

Семинары и тренинги для руководящего состава компании позволяют за один-два дня получить концентрированный опыт и знания, найти решения профессиональных задач, поднять результативность.

ВЫБЕРИТЕ ТРЕНИНГ ДЛЯ РУКОВОДЯЩЕГО СОСТАВА ВАШЕЙ КОМПАНИИ:

- Регулярный менеджмент. Профессиональное управление подчиненными.
- Эффективное управление отделом продаж.
- Лидерство и проактивность, как стиль жизни и бизнеса.
- Управление временем. Тайм менеджмент и дисциплина.
- Секреты набора и оценки персонала. Кадры решают всё!
- Мотивация персонала. Как зажигать подчиненных?
- Эффективный маркетинг компании.
- Клиентоориентированность, как конкурентное преимущество.