

# Ügyfélközpontú értékesítés tréning

**„A vevők a saját igényeik alapján vásárolnak, és nem aszerint, amit mi akarunk eladni nekik.”**



Ügyfélközpontú értékesítés tréningünk, az értékesítési tevékenység „taktikai” részével foglalkozik, azaz hogyan tudjuk hatékonyan megszervezni és irányítani az egyes üzleti megbeszéléseinket, legyen szó telefonon történő megbeszélésről, személyes tárgyalásról vagy akár email-en történő üzleti levelezésről.

A legtöbb eladástechnikai tréninggel ellentétben, melyek az értékesítőket saját elképzelésük prezentálására tanítják, az ügyfélközpontú értékesítés a jelöltjeink vagy már meglévő ügyfeleink „konceptiójának”, vagyis az általuk elképzelt megoldásnak a feltárására és megértésére koncentrál, ami miatt valójában megvásárolnak valamit.

A hagyományos eladói megközelítés, mely a terméket vagy szolgáltatást helyezi a középpontba, az ügyfélközpontú értékesítés a vevői igények hatékony feltárására irányuló, négy részből álló, elsősorban kérdéssel alapuló módszertant ismert meg a résztvevőkkel. Ezzel a megközelítéssel hatékony információáramlást és folyamatos kommunikációt alakíthatunk ki ügyfeleinkkel vagy jelöltjeinkkel, lényegesen meg tudjuk különböztetni magunkat versenytársainktól, valamint segít a mindkét fél számára előnyös, „nyer-nyer” üzleti kapcsolatok kialakításában és hosszú távú fenntartásában. A termékek/szolgáltatások eladása helyett a koncepciók vagy megoldások értékesítési filozófiájának alkalmazása számottevően növeli az értékesítők magabiztosságát és hitelük megteremtésének esélyeit értékes ügyfeleiknél.

## Kinek ajánlott a részvétel

Elsősorban azoknak az értékesítés területén dolgozó szakembereknek és vezetőiknek, akik hatékonyabbá akarnak válni az ügyfeleikkel és jelöltjeikkel történő kommunikáció terén, beleértve a telefonon folytatott megbeszéléseket, a személyes üzleti tárgyalásokat vagy az email-en folytatott üzleti levelezést, mint például:

- értékesítési munkatársaknak,
- kereskedelmi igazgatóknak,
- üzletembereknek,
- területi vezetőknek,
- kereskedelmi és marketingszakembereknek,
- ügyfélmenedzsereknek,
- minden más szakembernek, aki ügyfelekkel is kommunikál.

## Mit sajátítanak el a résztvevők

- Hogyan tanuljanak meg termékek/szolgáltatások eladásától eljutni annak megértéséhez, hogy valójában miért vásárolnak az ügyfelek.
- Hogyan hasznosítsák a vevők igényeinek ismeretét.
- Hogyan használjanak egy egyedülálló, proaktív kérdezői módszertant kritikus, hiányzó üzleti információk megszerzésére.
- Hogyan képzeljék magukat az ügyfelek helyébe azáltal, hogy megismerik a döntéshozatali folyamatukat, és fordítsák ezt a tudást a maguk előnyére.
- Hogyan pozícionálják cégüket és ajánlatukat az erősségeikre támaszkodva.
- Hogyan tudják felismerni azt, ha egy ügyfél nem akarja magát elkötelezni, és mit tegyenek ennek megszerzése érdekében.

- Hogyan tegyenek különbséget egy egyszerű kifogás és egy alapvető ellenérv között.
- Hogyan kerüljék el a „fordított eladás” csapdáját, ami a vevői igény természetes meglétéből indul ki.
- Hogyan készüljenek fel alaposan minden üzleti megbeszélésükre, ezáltal nagyobb magabiztosságot és jobb eredményeket elérve.
- Hogyan állítsanak fel reális célokat az üzleti tárgyalások elvárt kimenetelét illetően.
- Hogyan tegyék világossá az üzletfelek számára, hogy miért akarnak találkozni vagy beszélni velük, hogy ők is fontosnak tartásák erre időt szánni.
- Hogyan teremtsenek bizalmat minden vevőnél, minden alkalommal.
- Hogyan éri el az ügyfeleiknél/jelöltjeiknél, hogy azok partnerek legyenek a „közös vállalkozásuk” sikerének elérésében.
- Hogyan kezeljék az alapvető ellenérveket, és észleljék a vevői elkötelezettség jeleit.
- Hogyan végezzék el a megbeszélések értékelését, és dolgozzanak ki terveket a folytatásra, amíg az üzletet sikeresen le nem tudják zárni.

## Miért éri meg részt venni

- Tudatosabbá és hatékonyabbá válik az értékesítési tevékenység.
- Jobb időgazdálkodást és a kor értékesítési követelményeinek is megfelelő kommunikációs készségeket sajátítanak el.
- Növekszik az értékesítők teljesítménye és az általuk megnyert üzletek száma, ezáltal a cég bevétele és sikeressége.
- Hosszú távú, jövedelmező ügyfélkapcsolatok épülnek, nem kell minden megrendelésért külön megküzdeni.
- Javul a cég megítélése, és elégedettebbek lesznek az ügyfelei.

## Tréningtípusok

### • **Exkluzív vállalati**

Kétnapos tréning exkluzívan, egyetlen cég munkatársainak saját oktatótermékben vagy külön helyszínen. Utóbbi remek csapatépítő eszköz is a közös munka révén.

### • **Nyílt**

Kétnapos tréning különböző szervezetek résztvevői számára, mely kiváló lehetőséget ad a más cégekkel való kapcsolatépítésre is.

### • **Műhelymunka**

Félnapos gyakorlati foglalkozás, szintén a tréninget korábban elvégzett résztvevők számára a már elsajátított ismeretek begyakorlása és elmélyítése céljából.

### • **Üzleti konzultáció**

Az ismeretek birtokában a cég üzleti tevékenységének hatékonyabbá tételére. Kereskedelmi vezetők számára javasolt.

## Tréning áttekintés

A résztvevők a két nap alatt elsajátítanak egy lépésről-lépésre felépülő és követhető módszertant, amivel hatékonyan tudják az ügyfelekkel és jelöltjeikkel való interakcióikat irányítani, beleértve üzleti megbeszélések/tárgyalások hatékony és eredményes megszervezését, lebonyolítását és értékelését, ellenvetések kezelését, akciótervek kidolgozását, valamint a vevőket motiváló igények feltárását és elkötelezettségük megszerzését.

### • **Az ügyfél "konceptiója"**

Mit is akar az ügyfelük elérni, és miért olyan fontos ezt az elképzelést pontosan megérteni. A termékek/szolgáltatások eladásától eljutni a megoldások értékesítéséig. Miért fontosabb ez utóbbi.

### • **Egyedi értékesítési cél**

Konkrét, mérhető és „kézzelfogható” értékesítési célok megfogalmazásának módszere. Különbség a ködös és a kristálytisza célok között.

### • **Akciótervek kidolgozása**

Az ügyfél által elvégzendő tevékenység kidolgozása minden megbeszélés alkalmával, amivel az eladás előrébb jut. A „legjobb elérhető cél” meghatározása, ami még reálisan elvárható a tárgyalástól, valamint egy „minimális cél” kidolgozása, amit mindenképpen el akarunk érni, hogy eldönthető legyen vajon a kívánt irányba halad-e az üzleti lehetőségünk. Mi a teendő, ha a minimális célt sem sikerül elérni.

### • **Valós üzleti ok**

Az ügyfél által elfogadható és számára is lényeges ok(ok) kigondolása a megbeszélés vagy tárgyalás szükségességének megindoklására.

### • **A hitelesség megteremtése az ügyfélnél/jelölnél**

A hitelesség három formájának megismerése: általunk létrehozott, mások által ránkruházott és az eddigi eredményeink által megteremtett.

### • **Kritikus információk megszerzésének módjai**

Milyen információink hiányoznak, és ki az a kulcsszereplő, aki segíthet bennünket ezek megismerésében. A kérdés, mint folyamat, amivel igazoljuk a meglévő és feltárjuk a hiányzó információinkat. Az öt kérdésfajta: jóváhagyó, új információt adó, hozzáállást tükröző, elkötelezettséget mutató és az alapvető ellenvetéseket feltáró.

### • **Kommunikáció felsőfokon**

Az eladó és vevő közötti hatékony kommunikáció kialakítása. Mikor kérdezzünk, és mikor hallgassuk inkább, hogy mit mond a vevő. A hallgatás előnyei.

### • **Információink hatékony átadása**

A vevő döntésének kulcsa: magunk megkülönböztetésének módja a termékünk/szolgáltatásunk „egyedi erősségeinek” megfelelő bemutatása. Mi a különbség az erősségek és a termékjellemzők között. Teszteljük, hogy valóban sikerült-e számottevően megkülönböztetnünk magunkat. Ennek módjai.

### • **Értékesítési megközelítési módok**

A hagyományos „termékközpontú” és az „ügyfélközpontú” megközelítés: melyik működik és melyik nem. A „nyer-nyer” eredményeket hozó értékesítés előnyei, amikor az ügyfél igényeit helyezzük a középpontba

### • **A „nyer – nyer” mátrix**

A hosszú távú üzlet titka: tegyük lehetővé, hogy mind az ügyfél, mind saját magunk nyerjünk. Az eladás négy lehetséges kimenetele, és abból három miért nem végződik eredménnyel.

### • **Az ügyfél elkötelezettségének elnyerése**

Miért fontos, hogy minden üzleti megbeszélésen meghatározzuk, hogy mit fog legközelebbre az ügyfél/jelölt tenni. Annak megállapítása, hogy kész-e a vevő is tenni az üzlet sikeréért. Az ügyfél elkötelezettségének jelei. Mi lehet az oka, ha vonakodik a vevő, az alapvető ellenérvek feltárásának módjai.

### • **Üzleti tárgyalások forgatókönyve**

A megszerzett ismeretek felhasználása a következő üzleti tárgyalásunk részletes tervének kidolgozásához.

### • **A tréning összefoglalása**

A tréning értékelése, átültetésük a gyakorlatba. Jövőbeni támogatás.



Ha sikerült felkeltenünk érdeklődését,  
kérjük, lépjen kapcsolatba velünk!

**CSInt Tanácsadó Kft.**

**Tel: 06 1 207 6277**

**E-mail: [info@csint.hu](mailto:info@csint.hu)**

**[www.csint-trening.hu](http://www.csint-trening.hu)**