



Igra Prodaje

...se fokusira na konsultativni prodajni process od mentalne pripreme do pregovaranja sa kupcem i zatvaranjem prodaje.

INTERACTIVE SALES LEARNING TOOL

(SVE O PRODAJI KROZ INTERAKTIVNI TRENING)

Sećate se igre Monopol ?

Da li želite opet da bacate kockice ?

4 tima po 3 igrača

merit plan

Upravljanje ljudskim resursima
i organizacioni razvoj

Prezentacija Treninga –Igra prodaje održava se :

U prostorijama Trening centra kompanije **Merit plan Ul. Vladimira Popovića 8 / VIII sprat**

Merit Plan d.o.o

office@meritplan.rs

Tel : +381 11 31 21 611 ; fax : +381 11 31 21 613

www.meritplan.rs



Igra Prodaje

...se fokusira na konsultativni prodajni proces od mentalne pripreme do pregovaranja sa kupcem i zatvaranjem prodaje.

Ovaj proces
koplementira 4
oblasti
Dinamičke
igre Prodaje
kroz
6 faza

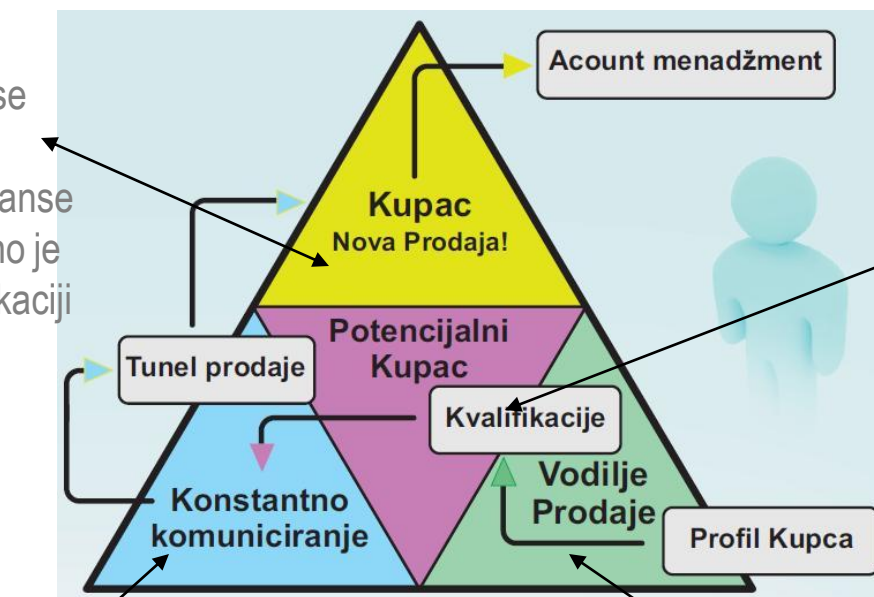
Igra Prodaje

...se fokusira na konsultativni prodajni proces od mentalne pripreme do pregovaranja sa kupcem i zatvaranjem prodaje.

PRVA IGRA

4 oblasti...

Menadžovanje kupaca : Da bi se minimizirao rizik neponavljanja kupovnog procesa i povećanje šanse za povećanje prodaje, neophodno je insistirati na konstantnoj komunikaciji sa kupcem.



Potencijalni kupci : Klasifikuju se po obliku solventnosti, autorizacije i želje da kupe proizvod/servis Vaše kompanije .

Konstantno komuniciranje :

Obaveza svakog prodavca je da veliki deo svog vremena posveti ubrzavanju prodajnog procesa u kritičnim fazama dok ne ostvari prodaju.

Priprema : Kao startna tačka svakog prodajnog ciklusa



Igra Prodaje

DRUGA IGRA

6 faza...

...se fokusira na konsultativni prodajni process od mentalne pripreme do pregovaranja sa kupcem i zatvaranjem prodaje.

1. Priprema uspešne prodaje : Ova faza se koristi da osigurate, da članovi Vašeg tima mirno postavite za sebe jasne i kompletne ciljeve, osećajući se samopuzdanim i pozitivnim.

2. Ostvarenje dobrih odnosa sa kupcem : Istraživanja pokazuju da ljudi kupuju od prodavaca koji im se dopadaju . Ova faza je posvećena razvoju dobrog odnosa sa kupcem.

3. Razumevanje potreba kupaca : Što bolje članovi Vašeg tima razumeju kupca biće fleksibilniji da prezentuju Vaš proizvod. Ova faza se ispoljava u pravilnom korišćenju pitanja i sistematičnom načinu pronalaženja kupčevih potreba.

4. Hendlovanje prigovora i zatvaranje prodaje : Način na koji članovi Vašeg tima odgovaraju na prigovore kupaca imaće veliki uticaj na njihove prodajne rezultate. U ovoj fazi govorimo o predviđanju prigovora kupaca dokle god je moguće i hendlovanje istih pozitivno. Naravno govorimo i o korišćenju proaktivnog pristupa zatvaranju prodajnog procesa.

5. Pregovaranje za Win-Win situaciju : U ovoj fazi govorimo o strategijama koje se koriste da Vam pomognemo da ostvarite zajedničko polje delovanja i razvijanja takvog odnosa sa kupcem da se ostvari win-win situacija.

6. Zadovoljenje potrebe kupaca : U ovoj fazi govorimo kako prezentovati Vašu ponudu, tako da Vaš proizvod potpuno zadovoljava potrebe kupca i budi želju za kupovinom.

