**Активные продажи розничных товаров**

**Цель курса**:

* приобрести знания и навыки, позволяющие повысить эффективность работы в сфере продаж.

Курс **позволяет** осуществлять продажи, опираясь не только на интуицию, но и на проверенную практикой методику, устанавливать с партнером доверительные отношения, ориентироваться в потребностях покупателя, успешно проводить презентации своего товара, работать с возражениями, использовать технику завершения сделки.

В связи с активным ростом рынка розничных продаж изменяются и требования к специалистам, работающим с покупателями. В настоящий момент для успешной конкуренции недостаточно просто вежливо и корректно обслуживать покупателей, многие из которых в серьез обеспокоены ценами и качеством покупаемых товаров и не готовы верить продавцу на слово. В современной ситуации в розничном бизнесе приоритетным направлением стало выращиванием приверженцев. С учетом этого, на тренинге подробно разбираются ситуации создания доверительных отношений в процессе продаж. Особое внимание уделяется теме «Работа с возражениями», актуальным является вопрос работы с сомнениями, опасениями и возражениями покупателя. На тренинге осуществляется подробная проработка данной темы.

**Программа**

**1.** **Подготовка к работе**

* Разница между обслуживанием и активными продажами
* Специфика розничной продажи
* Факторы успешной продажи
* Коррекция индивидуальных установок:
  + Формирование положительной установки на процесс продажи
  + Конгруэнтность продавца
* Характеристики имиджа компании/магазина
* Действия менеджера, формирующие имидж с заданными характеристиками
* Этапы продажи

**2. Контакт с покупателем**

* Два пласта в общении
* Как формируется первое впечатление: сознание и подсознание (метафора айсберга)
* Вербальная, невербальная и паравербальная составляющие общения
* Что способствует установлению и поддержанию хорошего контакта?

**3.** **Прояснение ситуации покупателя**

* Что необходимо выяснить о покупателе?
* Специфика потребностей розничного покупателя
* Запрос и истинная потребность
* Формирование и (или) изменение запроса покупателя на основании полученной информации
* Объективные и субъективные потребности покупателя
* Тренинг активного слушания, барьеры восприятия
* Парафраз как многофункциональный метод повышения качества взаимодействия с покупателем

**4. Представление продукта (услуги) покупателю**

* Общие закономерности эффективной презентации
* Конкурентные преимущества
* Рейтинг аргументов
* Работа с имиджем фактов
* Язык пользы для покупателя

**5. Работа с возражениями**

* Природа возражений
* Истинные и ложные возражения
* Техники выхода на истинное возражение
* Алгоритм ответа на возражение покупателя
* Различные способы ответов на возражения

**6. Завершение продажи**

* Общие закономерности завершения продажи
* Способы завершения продажи
* Техники продолжения контакта

**Методы проведения**

Деловые и ролевые игры, интерактивные лекции, видеотренинг, групповые дискуссии, письменные упражнения, работа в малых группах, мозговой штурм, видеометафоры, психогимнастика.

**Продолжительность** 2 дня - 16 часов