HARMONOGRAM REALIZACJI WSPARCIA

Nazwa beneficjenta	**Wyższa Szkoła Turystyki i Ekologii** **Małopolska Organizacja Turystyczna**
Numer projektu	**FERS.01.05-IP.08-0452/23**
Tytuł projektu	„Oferta uczelni dla transformacji energetycznej w Małopolsce Zachodniej”
Numer i nazwa zadania	Zadanie 3. Testowanie opracowanego modelu – szkolenia dla 200 os. Prowadzące do nabywania kwalifikacji
Forma wsparcia	Szkolenie: Techniki sprzedaży
Prowadzący	mgr Julia Armatys

DATA	MIEJSCE	GODZINY	ILOŚĆ GODZIN	ILOŚĆ OSÓB
04.06.2025	ul. Szpitalna 1b, Miechów – Dom Kombatanta	9.00 – 12.00 i 12.15 – 15.15	8	8 os.
11.06.2025	ul. Szpitalna 1b, Miechów – Dom Kombatanta	9.00 – 12.00 i 12.15 – 15.15	8	8 os.
18.06.2025	ul. Szpitalna 1b, Miechów – Dom Kombatanta	9.00 – 12.00 i 12.15 – 14.30	7	8 os.
25.06.2025	ul. Szpitalna 1b, Miechów – Dom Kombatanta	9.00 – 12.00 i 12.15 – 14.30	7	8 os.

PROGRAM SZKOLENIA

Szkolenie obejmuje swoim zakresem poniższe zagadnienia:

1) Nawiązywanie kontaktów handlowych
   a. Wprowadzenie – komunikacja i budowanie relacji z klientem;
   b. Mowa ciała w kontaktach handlowych;
   c. Wykorzystanie tonu głosu w rozmowach handlowych;
   d. Aktywne słuchanie, stosowanie parafrazy;
   e. Zadawanie właściwych pytań – otwarte, zamknięte;
   f. Prowadzenie rozmów z trudnymi klientami.
2) Sposoby ułatwiające zdobywanie i utrzymywanie sympatii klientów
   a. Cele badania potrzeb klientów;
   b. Badanie potrzeb różnych rodzajów klientów;
   c. Zdobywanie zaufania klientów;
   d. Tworzenie pozytywnej atmosfery do rozmów handlowych;
   e. Budowanie profesjonalnego wizerunku oraz wiarygodności handlowca.
3) Skuteczne prezentowanie ofert handlowych
   a. Skuteczna argumentacja handlowa;
   b. Język korzyści;
   c. Prezentacja jako narzędzie sprzedażowe;
   d. Prowadzenie rozmowy w przypadku obiekcji klienta oraz odpieranie obiekcji klienta.
4) Skuteczne prezentowanie cen produktów i usług

a. Prowadzenie rozmów o cenach – prawidłowe przedstawienie cen przez handlowców;

b. Zasady planowania i prowadzenia spotkania sprzedażowego;

c. Prowadzenie negocjacji cenowych;

d. Łagodzenie negatywnych reakcji na cenę.

5) Finalizowanie sprzedaży

a. Sygnały gotowości klienta do pojęcia decyzji o zakupie;

b. Postępowanie w końcowej fazie sprzedaży;

c. Postępowanie po dokonaniu sprzedaży;

d. Postępowanie w sytuacji niepowodzenia sprzedaży;

e. Podsumowanie rozmowy sprzedażowej.