

Еще больше на
trainingtechnology.ru

ПРОДАЖИ

СБОРНИК УПРАЖНЕНИЙ ДЛЯ ТРЕНИНГА

СОСТАВИЛ:
Тагир Булавин

КОНТАКТЫ:
ask@trainingtechnology.ru

Все права защищены.

© 2009, Булавин Тагир

Материалы, которые приводятся в этой книге, кроме тех, что цитируются из других источников, могут быть использованы для проведения или создания корпоративных или открытых тренингов / семинаров / учебных мероприятий.

Запрещено размещение материалов целиком или по частям в интернете, перепродажа третьим лицам, публикации материалов без согласия автора.

ОТ СОСТАВИТЕЛЯ

Навыки продаж являются теми «мышцами», которые дают силу и гибкость специалистам по продажам. Эти навыки продаж вырабатываются на основе опыта, коучинга и обучения. Они должны практиковаться, оттачиваться и совершенствоваться на протяжении всей карьеры специалиста по продажам.

Этот сборник упражнений призван наполнить тренинги по продажам разнообразными и интересными практиками. Упражнения сгруппированы на основе стронгоновской модели продаж:

1. Установление контакта
2. Анализ потребностей
3. Предложение
4. Завершение сделки
5. Работа с возражениями
6. Личные качества продавца
7. Алгоритмы продаж

Упражнения для этого сборника взяты из библиотеки сайта «Технология тренинга». Их можно использовать при создании любого тренинга по продажам или адаптировать их в соответствии с вашими конкретными целями обучения.

*В поддержку Ваших тренингов,
Булавин Тагир*

ОГЛАВЛЕНИЕ

Оглавление	4
I. Установление контакта	5
1.1. Упражнение «Элементарные действия».....	6
1.2. Упражнение «Начало разговора»	8
II. Анализ нужд и потребностей	10
2.1. Упражнение «Людоеды»	11
2.1. Упражнение «Отгадай героя»	13
III. Предложение.....	14
3.1. Упражнение «Предложение»	15
3.2. Упражнение «Цена или ценность?»	17
V. Работа с возражениями.....	20
5.1. Упражнение «Черный и белый ангелы»	21
5.2. Упражнение «В кругу возражений».....	22
VI. Личные качества продавца	24
6.1. Упражнение «Три капитана»	25
6.2. Упражнение «Словарик»	27
VII. Алгоритмы продаж	28
7.1. Игра «Восточный базар»	29
7.2. Упражнение «Космическая скорость».....	32

I. УСТАНОВЛЕНИЕ КОНТАКТА

*В данном разделе представлены
упражнения для тренинга
продаж, посвященные
знакомству и установлению
контакта*

1.1. УПРАЖНЕНИЕ «ЭЛЕМЕНТАРНЫЕ ДЕЙСТВИЯ»

ЦЕЛЬ

Цель упражнения борьба с «роботизацией» торговых агентов на примере отработки «Приветствия».

ВРЕМЯ

15-25 минут

РАЗМЕР ГРУППЫ

6-14 человек

РЕСУРСЫ

Приложение «Элементарные действия» - по количеству участников

ХОД УПРАЖНЕНИЯ:

Мы отрабатываем с вами алгоритмы действий. Эти алгоритмы почти всегда одинаковы, если смотреть на схему. Но чтобы они работали не один раз, а всегда, вы должны быть теми, кто вы есть - людьми. Ваши действия должны быть человеческими, даже если это алгоритм.

Попробуем поработать. Вспомните этапы приветствия. Сейчас вы будите по одному заходить через дверь и представляться так, как написано у вас на листке.

Раздайте листки с заданием представиться так:

- чтобы показать свое превосходство,
- чтобы дать понять свою обиду,
- чтобы снискать к себе благоволение,
- чтобы подлизаться,
- чтобы, по возможности, не обратить на себя внимания,
- чтобы, напротив, показаться всем, обратить на себя внимание,
- чтобы показать свою близость, интимность, запанибратство,
- чтобы рассмешить, развеселить, оживить общество своим появлением,
- чтобы выразить свое молчаливое соболезнование,
- чтобы поскорее перейти к делу,

И так далее.

Снимите все приветствия на видеокамеру и проведите видеоразбор.

Источник:

ПРИЛОЖЕНИЕ 1.1. «ЭЛЕМЕНТАРНЫЕ ДЕЙСТВИЯ»

Представьтесь так:

- чтобы показать свое превосходство,
- чтобы дать понять свою обиду,
- чтобы снискать к себе благоволение,
- чтобы подлизаться,
- чтобы, по возможности, не обратить на себя внимания,
- чтобы, напротив, показаться всем, обратить на себя внимание,
- чтобы показать свою близость, интимность, запанибратство,
- чтобы рассмешить, развеселить, оживить общество своим появлением,
- чтобы выразить свое молчаливое соболезнование,
- чтобы поскорее перейти к делу,

1.2. УПРАЖНЕНИЕ «НАЧАЛО РАЗГОВОРА»

ЦЕЛЬ

Задача этого упражнения в том, чтобы участники своим опытным путем подошли к логике и структуре представления.

ВРЕМЯ

20-25 минут

РАЗМЕР ГРУППЫ

6-14 человек

ТЕОРИЯ

Мы подразумеваем, что приветствие осуществляется по схеме «5Я»:

1. Кто «Я»
2. Откуда «Я»
3. Зачем «Я»
4. С кем «Я»
5. Насколько времени «Я»

Упражнение представлено для продавцов занимающихся активными продажами. Ничто не мешает переделать его под стандарты любой компании и любого представления.

ХОД УПРАЖНЕНИЯ.

Вызываем участника из группы и даем ему задание представиться, так, как он представляется в торговой точке.

Вдвоем разыгрываем представление. Ведущий играет «человека» в магазине.

Если участник не использует в представлении какой-либо шаг из 5-ти – ведущий его «зарубает». Например, если участник не спросил кто ответственный за закупки тогда, ведущий его выслушивает и говорит, приходите позже, когда придет директор, а я грузчик. Если участник не спросил наличие времени, то вы ему не предлагаете присесть, а после того как он скажет пару фраз, говорите что у вас нет времени. И т.п.

После ведущий проводит разбор у флип-чарта – что получилось, что нет у этого участника.

После разбора ведущий вызывает следующего добровольца, и вызывает их до тех пор, пока все необходимые шаги не будут выписаны на флип-чарт.

Когда мы спрашиваем участников о том, что им понравилось/не понравилось в выступлении того или иного игрока, группа в добавок к «шагам», называет какие-то личностные качества,

например – уверенность, дружелюбие и т.п. Если у вас получился именно такой список, вместе с участниками сгруппируйте выписанное по двум категориям:

- Логическая составляющая представления.
- Эмоциональная составляющая.

Источник:

II. АНАЛИЗ НУЖД И ПОТРЕБНОСТЕЙ

В данном разделе представлены упражнения для тренинга продаж, посвященные анализу нужд и потребностей. А также присутствует ряд упражнений, посвященный активному слушанию и

2.1. УПРАЖНЕНИЕ «ЛЮДОЕДЫ»

ЦЕЛЬ

Упражнение вызов для этапа выявления потребностей.

ВРЕМЯ

25-30 минут

РАЗМЕР ГРУППЫ

6-14 человек

ИНСТРУКЦИЯ:

Для следующего упражнения нам нужно разделить на две группы.

❖ *Разделились.*

Прошу одну команду выйти за дверь, через минуту я выйду к вам и дам подробную инструкцию.

❖ *Обращаемся к тем, кто остался.*

Наша игра называется «Людоеды». И вы в этой игре людоеды. Только что потерпел аварию самолет, и вы взяли нескольких спасшихся пассажиров

Вы свирепое племя людоедов, проживающее на тропическом острове. Некоторые из вас (вожди племени) в свое время учились в Москве, в университете Патриса Лумумбы, поэтому:

- Вы понимаете по-русски
- Вы готовы оставить в живых лишь тех из чужеземцев, кто окажется полезен для Вашего племени.

Определитесь с чем-то одним, с тем, чем вам могут быть полезны чужеземцы.

Каждый из чужеземцев выступит перед Вами с доказательством собственной нужности для племени. У каждого есть 3 минуты на выступление (вы сами регулируете время)

Ваша задача: В конце всех презентаций Вы объявите чужеземцу, оставите вы его в живых или съедаете.

❖ *Инструкция для тех, кто спасся.*

Вы – один из немногих пассажиров, спасшихся после крушения океанского лайнера. Вам и Вашим товарищам удалось вплавь добраться до ближайшего тропического острова. Как выяснилось, на острове проживает свирепое племя людоедов. К счастью, некоторые вожди племени в свое время учились в Москве, в университете Патриса Лумумбы, поэтому:

- они понимают по-русски

- они готовы оставить в живых тех из вас, кто окажется, полезен для племени.

Каждому из вас предстоит выступить перед вождями и доказать собственную нужность для племени. У каждого есть 5 минут на подготовку выступления и 3 минуты на само выступление.

ИТОГИ УПРАЖНЕНИЯ

- Вопрос к тем, кого съели – как вы думаете, почему так получилось?
- Стоило ли сразу предлагать что-то племени, не выяснив того, что им может быть нужным?
- Как можно было узнать, чем вы будете полезны племени?
- Какие навыки нужно было проявить в этом упражнении?

Источник:

2.1. УПРАЖНЕНИЕ «ОТГАДАЙ ГЕРОЯ»

ЦЕЛЬ

Демонстрация воронки вопросов в анализе нужд и потребностей.

ВРЕМЯ

15-20 минут

РАЗМЕР ГРУППЫ

6-14 человек

ИНСТРУКЦИЯ

Коллеги, в следующем упражнении будет участвовать вся группа. Я сейчас загадаю героя, запишу его имя на лист бумаги и ваша задача – отгадать, кого я загадал. Я буду отвечать на все ваши вопросы. Но только если это открытые вопросы. Нельзя задавать только один открытый вопрос: кого я загадал. Задавать вопросы нужно по очереди, по часовой стрелке.

❖ *Старайтесь отвечать расплывчато, чтобы участники задавали уточняющие вопросы. Когда отгадали первого героя, загадайте следующего.*

Герои могут быть следующие:

- Колобок.
- Шварценеггер.
- Стаханов.
- Кот в сапогах.

ИТОГИ ИГРЫ.

Мы сейчас с вами увидели, как работает «воронка вопросов». Когда вы были наиболее эффективны?

❖ *Наиболее эффективны участники были тогда, когда вопрос отталкивался от предыдущего моего ответа. Другими словами вы шли от открытых общих вопросов, к открытым сфокусированным.*

Источник:

III. ПРЕДЛОЖЕНИЕ

*В данном разделе представлены
упражнения для тренинга
продаж, посвященные этапу
«предложения» товара/услуги.*

3.1. УПРАЖНЕНИЕ «ПРЕДЛОЖЕНИЕ»

ЦЕЛЬ

Как следует из названия – это упражнение на отработку навыка предложения.

ВРЕМЯ

10-15 минут

РАЗМЕР ГРУППЫ

6-14 человек

РЕСУРСЫ

Подготовьте небольшой мешок с различными предметами, не относящимися к сфере деятельности вашей компании. Например:

- маркер
- зажигалка
- простой карандаш
- цветной карандаш
- блокнотик
- помада...

ИНСТРУКЦИЯ

Для следующего упражнения нужны несколько добровольцев. 2-4 человека. Вытяните по одному предмету из мешочка. Далее вам в течение 1 минуты нужно будет придумать как представить, предложить к покупке выбранную вещь.

ДЕБРИФИНГ:

- Кто выступал, как вы себя чувствуете?
- Группа, какое выступление вам больше всего запомнилось? Почему?
- Какое выступление было наиболее эффективным? Почему?
- Как должно строиться идеальное предложение товара?
- С чего должно начинаться? Далее?

Цель дебрифинга – вывести группу на то, что предложение нужно строить по схеме ЧПВ:

- Черты
- Преимущества
- Выгоды

Источник:

3.2. УПРАЖНЕНИЕ «ЦЕНА ИЛИ ЦЕННОСТЬ?»

ЦЕЛЬ

Это простое, но мощное упражнение, которая поможет участникам увидеть ценность вашей продукции/услуги.

РАЗМЕР ГРУППЫ

1 и более

ВРЕМЯ

3-5 минут

РЕСУРСЫ

Два похожих предмета, например, ручки.

ИНСТРУКЦИЯ

❖ Тренер берет в руки два похожих предмета и вызывает одного участника.

Смотри, у меня в руках две ручки. одна стоит 1000₽ вторая 1₽. Какую ты бы выбрал?

❖ Он выберет за 1\$.

Перед тем, как я отдам тебе ручку, я объясню тебе пару вещей о 1000-рублевой ручке:

1000-рублевая ручка имеет гарантию на всю жизнь. Даже если ты ее потеряешь, ты можешь вернуться и забрать другую.

- Ты все еще хочешь ручку за 1₽?

Если ты покажешь свою ручку в кинотеатре, ты автоматически можешь занять в нем любое место.

- Ты все еще хочешь ручку за 1₽?

Если ты покажешь свою ручку в очереди на заправке, ты сможешь заправиться первым.

- Ты все еще хочешь ручку за 1₽?

В 1-рублевой ручке чернила закончатся через неделю.

- Ты все еще хочешь ручку за 1₽?

За 1000-рублевой ручкой сохраняется 75% ее стоимости - так что ты можешь продать ее кому-нибудь другому позже за 750 рублей.

- Ты все еще хочешь ручку за 1₽?

❖ И т.д. пока кто-то из участников не согласится на ручку за 1000₽

ВАРИАНТ ПРОВЕДЕНИЯ

Тренер может устроить реальную продажу ручек, в качестве ценности добавляя что-то типа: номера своего телефона, консультации в трудной ситуации, списка рекомендованной литературы и т.п.

ДЕБРИФИНГ

- Коллеги, как думаете, о чем было это упражнение?
- Как вы объясните, почему была куплена ручка за 1000₽, а не за 1₽?
- Чем отличается цена от ценности?
- Какой ценностью обладают наши продукты?
- Как мы можем показать эти ценности нашим клиентам?

*В данном разделе представлены
упражнения для тренинга
продаж, посвященные работе с
возражениями клиентов*

5.1. УПРАЖНЕНИЕ «ЧЕРНЫЙ И БЕЛЫЙ АНГЕЛЫ»

ЦЕЛЬ

Вызов к теме работы с возражениями.

ВРЕМЯ

25-30 минут

РАЗМЕР ГРУППЫ

6-14 человек

ИНСТРУКЦИЯ

Для следующего упражнения нужен доброволец, который сможет абстрагироваться от того, что он работает в нашей компании и сможет стать независимым и непредвзятым судьей.

❖ *Выходит доброволец.*

Остальная группа должна разделиться на две части.

❖ *Разделились.*

Одна команда должна подготовить перечень утверждений, почему стоит покупать наш продукт. Вы будите «белыми ангелами». Вторая команда готовит перечень утверждений, почему не стоит покупать наш продукт. Вы соответственно «черные ангелы». На подготовку 10 минут.

❖ *Подготовились.*

Прошу команды разойтись в противоположные стороны. Встаньте в разных концах комнаты. Судью прошу встать в центр комнаты. Команды высказывают по очереди свои аргументы. «Судья» слушает их по очереди, и каждый раз делает шаг к той, чей довод кажется ему более убедительным.

Начинаем.

ИТОГИ

- Мы видим, какая команда оказалась более убедительной. Почему произошло именно так?
- Как сделать так чтобы победа «белого ангела» была неизбежной?

Я предлагаю использовать утверждения «черных ангелов» для дальнейшей работы и разобраться, как же нам нейтрализовать эти утверждения.

Источник:

5.2. УПРАЖНЕНИЕ «В КРУГУ ВОЗРАЖЕНИЙ»

ЦЕЛЬ

Это упражнение для тренировки отработки возражений. Его стоит проводить как закрепляющее, когда уже разобраны ответы на все возражения, которые могут встретить сотрудники в своей работе. Хотя, можно использовать и как вызов к теме возражения.

ВРЕМЯ

25-35 минут

РАЗМЕР ГРУППЫ

4-20 человек

РЕСУРСЫ

Мячик 5-10 см.

ИНСТРУКЦИЯ

❖ *Участники встают в круг. В центр выходит тренер и объясняет правила игры.*

Коллеги, мы с вами уже разобрали все возражения, которые могут встретиться в вашей работе. Теперь потренируемся в их отработке. Механика нашего упражнения будет такой. Сейчас я брошу одному из вас мячик и этот человек встанет в круг. Он будет «менеджером по продажам», который должен ответить на возражения, которые будут озвучивать «клиенты», образующие круг. Отвечая нужно соблюдать все шаги алгоритма преодоления возражений, которые мы изучили.

❖ *Тренер бросает мячик одному из участников. Тот выходит в круг.*

Выбирай кто будет твоим первым клиентом, бросай ему мяч и делай формальное предложение, например, «Предлагаю заключить договор».

❖ *«Менеджер по продажам» бросает мяч выбранному «клиенту».*

Задача «клиента» возразить. Если «менеджер по продажам» правильно отработал возражение, «клиент» возвращает ему мячик и менеджер выбирает нового клиента. Если менеджер не справился, клиент заменяет его в центре круга и становится менеджером по продажам.

Когда менеджер по продажам безупречно отработает минимум 5 возражений, он приобретает иммунитет и покидает центр круга, выбрав себе замену. Участник отработавший больше всех возражений будет объявлен победителем игры и ему будет присвоено звание «Мастер возражений».

❖ *Игра длится до тех пор, пока каждый «менеджер по продажам» не ответит минимум на 5 возражений. Пока идет игра, тренер стимулирует группу использовать максимально разнообразные возражения.*

Коллеги, поздравим аплодисментами «Мастера возражений»!

ДЕБРИФИНГ

- Какие ощущения у вас после игры?
- Что было сложнее всего?
- Какое возражение вызывало самые большие затруднения?
- Какой шаг алгоритма преодоления возражения вам давался сложнее всего?
- Как вы сейчас воспринимаете возражения?

VI. ЛИЧНЫЕ КАЧЕСТВА ПРОДАВЦА

В данном разделе представлены упражнения, демонстрирующие или развивающие некоторые важные для успешного продавца, личностные качества.

6.1. УПРАЖНЕНИЕ «ТРИ КАПИТАНА»

ЦЕЛЬ

Упражнение демонстрирует важность в продажах такого качества, как настойчивость.

ВРЕМЯ

15-20 минут

РАЗМЕР ГРУППЫ

12-18 человек

ИНСТРУКЦИЯ

Для следующего упражнения мне нужны три добровольца.

Представьте себе, что вы живете на необитаемом острове. Известно, что через некоторое время этот остров уходит под воду и перестает существовать. И так случилось, что мимо этого острова проплывают три корабля, которые временно причалили, но через некоторое время обязательно уплывут. Ваша задача в течение 10 минут, получить от капитанов согласие взять вас на корабль. Согласие получается в виде подписи капитана корабля. Для этого вам нужен будет какой-либо листочек для сбора подписей. При этом важный момент связан с тем, что количество подписей тем оно лучше для вас. Подумайте как вы будете получать эти подписи, а мы с капитанами – добровольцами пока выйдем.

❖ *Выходим с добровольцами за дверь, для того, чтобы остальная группа не слышала инструкции.*

Капитаны, ваша задача давать подпись на каждое пятое обращение. Но не говорите никому, почему вы ставите подпись.

❖ *Возвращаемся.*

ИТОГИ УПРАЖНЕНИЯ

- Давайте так, я буду называть количество подписей, и будут поднимать руку те, у кого их столько, сколько я назвал.
- У кого их 0?
- У кого их 1?.. 2?.. 3?
- Как вы себя чувствуете? Что вы думаете о капитанах?
- Я вам сейчас скажу принцип, по которому капитаны ставили подписи, а вы мне скажете, почему это справедливо. Капитаны ставили подпись на каждое пятое обращение.
- В каком смысле это упражнение справедливо к работе в продажах?

Источник:

6.2. УПРАЖНЕНИЕ «СЛОВАРИК»

ЦЕЛЬ

В упражнении отрабатывается один прием влияния. Суть его в том, чтобы в разговоре с клиентом применять скрытые слова и фразы, которые могут вызвать расположение клиента.

РАЗМЕР ГРУППЫ

6-14 человек

ВРЕМЯ

15-20 минут

ИНСТРУКЦИЯ

В следующем упражнении мы отработаем один прием влияния. Суть его в том, чтобы в разговоре с клиентом применять скрытые слова и фразы, которые могут вызвать расположение клиента.

Какие это могут быть слова и фразы? Я предлагаю оттолкнуться от его профессиональной принадлежности. Используя в своей речи чей-то профессиональный язык, мы увеличиваем степень влияния на этого человека. К примеру, в общении с компьютерщиком можно использовать слова из его лексикона. «Собираюсь на выходных проапгрейдить джинсы, совсем старенькие они у меня».

Понятна ли суть приема? Тогда давайте разобьемся на мини-группы по 4-5 человек. Внутри групп:

1. Выберите условного клиента из своей практики.
2. Составьте словарь.
3. Составьте предложения и фразы, в которых используются слова из вашего словарика. Само собой, что эти фразы должны быть в контексте нашего бизнеса, нашей продажи...

На работу 20 минут. 5-7 минут на словарь, остальное время на составление фраз.

❖ После 20 минут презентации команд.

ДЕБРИФИНГ

- Довольны ли вы проделанной работой?
- Что вам легко давалось?
- Насколько хорошо у вас получилось применить отрабатываемый прием? Что получалось? Что нет?
- Какие слабые стороны приема вы видите?
- Какие сильные стороны?
- В какой мере вы готовы применить этот прием?

В данном разделе представлены упражнения для тренинга продаж, посвященные двум вещам. Первое, демонстрации важности соблюдения этапов продаж. Второе, отработке некоторых рабочих ситуаций, в которых участникам нужно применить весь свой арсенал знаний по теме продаж.

7.1. ИГРА «ВОСТОЧНЫЙ БАЗАР»

ЦЕЛЬ

Задачи этой игры: 1) растопить лед, 2) пробудить осознание важности алгоритмов в продажах, и того, что все пришло эволюционным путем и глупо не использовать опыт других, 3) показать важность командной работы.

ВРЕМЯ

45-60 минут

РАЗМЕР ГРУППЫ

6-14 человек

ПРОЦЕДУРА.

Ведущий озвучивает название игры: «Восточный базар».

Затем делит группу на две команды. Количество участников в каждой команде желательно должно быть равным

Каждая команда самостоятельно, в течение 5 минут, определяется с поделками, которые они изготовят и затем продадут на импровизированном восточном базаре.

❖ Если участники затрудняются в выборе того, что можно изготовить, помогите им. Это могут быть бумажные самолетики, бумажные цветочки, «почти оригинальный автограф Мадонны», рисунки и т.д.

В течение 15 минут команды готовят поделки.

На заранее подготовленном базаре (два стола друг против друга) команды выкладывают поделки.

Ведущий просит участников представить себя на восточном базаре. Как осуществлялись продажи там? Попробуйте настроиться...Начинаем продавать.

❖ Перед торгами ведущий должен обратить внимание на то, что команды не являются конкурентами. Купите какое-либо изделие другой команды, если вам понравится. У нас нет здесь соревнования.

Команды продают по очереди по одному предмету. Продавать нужно любому из противоположенной команды.

Торги проходят по всем предметам, но не более 15 минут.

- Во время торгов ведущий делает пометки следующего характера и направления:
- Как происходит торг, с каким настроением?
- Какие методы привлечения внимания используют продавцы?

- Используют ли вообще какие-нибудь методы?
- Как продавцы удерживают внимание и интерес покупателей?

Ведущий отмечает интересные ходы продавцов или их отсутствие. Отмечает также интересные речевые обороты продавцов или их отсутствие

ИТОГИ ИГРЫ.

- Участники рассказываются по местам. Ведущий подводит итог игры.
- Как вы себя чувствуете?
- Что сейчас, по вашему мнению, происходило?
- Как это соотносится с реальной жизнью?
- Чему вы научились?

В древне греческих документах торговля представляется как процесс обмена, а термин «продавец» впервые появляется в писаниях Плато. Однако истинных продавцов, тех, кто зарабатывал торговлей на жизнь, практически не существовало до середины восемнадцатого века, до начала промышленной революции в Англии. До этого функцию продавцов выполняли торговцы, купцы и ремесленники.

В конце средневековой эпохи появился первый продавец, осуществляющий личные продажи, так называемый коробейник. Коробейники собирали продукцию местных фермеров, продавали ее городским жителям и, в свою очередь, покупали произведенные в городе товары для последующей продажи в сельской местности.

В середине 1940-х гг продажи стали более профессиональными. Покупатели не только начали предъявлять жесткие требования к продавцам, но и с нетерпимостью относились к нагловатым, быстро говорящим типам.

Как вы думаете, что это означает? Что значит «продажи стали более профессиональными»? Это, какими они стали?

Что их отличает от непрофессиональных продаж?

❖ *Мы хотим услышать, что они стали а) клиентоориентированными, б) честными, в) структурированными, г) глобальными, д) технологичными и т.д. Как только ведущий слышит от участников что-то из перечисленного он выписывает это на флип-чарт.*

Если примерить эти определения к вашим продажам поделок, какие это были продажи? Профессиональными или нет?

Итак, давайте подведем итог. Профессиональные продажи это:

- Клиентоориентированные продажи;
- Честные;
- Структурированные;
- И т.д.

Условно можно разделить эти определения на две группы:

- Измененные внутренние качества продавца;
- Использование техник продаж.

Источник:

7.2. УПРАЖНЕНИЕ «КОСМИЧЕСКАЯ СКОРОСТЬ»

ЦЕЛЬ

Упражнение показывает выгоду изучения продавцами технологий продаж.

ВРЕМЯ

10-15 минут

РАЗМЕР ГРУППЫ

6-14 человек

РЕСУРСЫ

Мячик диаметром 6-8 см

ИНСТРУКЦИЯ

- ❖ *Ведущий предлагает участникам встать в круг. В руках у него мячик диаметром максимум 8 см.*

Вот мячик. Перекидывайте этот мячик друг другу. Ваша задача передать этот мяч в, любом порядке, но так, чтобы мяч побывал у каждого члена команды 1 раз.

- ❖ *После первого круга усложнение:*

Сделайте то же самое, в том же порядке, но на время. Мячик должен всегда быть в движении и не может находиться в руках одного участника.

- ❖ *Группа передает мяч, а тренер засекает время.*

А быстрее можете?

- ❖ *Пусть группа генерирует идеи – дайте ей 1 минуту на подготовку. Скажите, что у вас есть опыт, когда одна группа из 15-ти человек передала мяч за меньше чем за 2 секунды. Общайтесь, договаривайтесь.*

А еще быстрее можете?

ИТОГИ УПРАЖНЕНИЯ

- Как вы себя чувствуете?
- Что сейчас, по вашему мнению, происходило?
- Как это соотносится с продажами?

Продажи — это такой же технологический процесс. Если вы научитесь этой технологии, то все у вас будет получаться легче, быстрее и красивее.

Источник:

В данном сборнике представлена только часть упражнений. На сайте [«Технология тренинга»](#) вы найдете другие обучающие материалы на тему сборника: еще больше упражнений, видеофрагменты, мини-лекции, инфографика.

- **10+** тренингов с презентациями, рабочими тетрадями и руководствами по проведению.
- **600+** упражнений, игр и кейсов для бизнес-тренингов.
- **40+** видео-отрывков для демонстрации участникам с вводной информацией и вопросами для обсуждения.
- **100+** мини-лекций с теориями, моделями и алгоритмами для тренингов.
- **300+** слайдов с инфографикой для создания отличных презентаций.

ДЕТАЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ