



## **Руководитель редко доволен работой менеджеров по продажам.**

Часто, они:

- встретившись с возражениями, сдаются сразу и не «дожимают» клиента;
- охотнее работают с постоянными клиентами, и не ищут новых;
- концентрируются на самых «легких» (маленьких) клиентах, опасаясь обращаться к крупным;
- «расслабляются» и работают только с входящими запросами, забросив работу по холодной базе;
- сопротивляются внедрению CRM и других современных форм автоматизации.

**А с другой стороны, продавцам просто не хватает стандартных навыков, «техничности», чтобы:**

- входить в контакт с клиентом в ситуации дефицита его рабочего времени и внимания;
- выводить на доверительный разговор и выяснять настоящие потребности и стереотипы;
- назначать встречи;
- разрабатывать действительно убедительные коммерческие предложения;
- «дожимать» их до сделки здесь и сейчас, не позволяя клиентам уходить в многомесячное «подумаю».

**Студенты тренинговой школы «Мастер активных продаж» смогут:**

- легче входить в контакт с будущими клиентами и выводить их на доверительный разговор;
- за считанные минуты выяснять настоящие потребности клиента, «ключевые факторы выбора и отказа»;
- планировать и выстраивать взаимодействие по принципу «Human-to-Human» («человек к человеку»), создавая по-настоящему партнерские отношения с клиентом;
- делать убедительную презентацию клиенту, уже перегруженному подобными предложениями;
- настойчивее работать с возражениями и обращать их в свою пользу;
- уверенно обосновывать высокую цену на свой продукт;
- продавать большему количеству новых клиентов, то есть, увеличивать клиентскую базу;
- продавать чаще, то есть, увеличивать лояльность клиентов, из категории «одноразовых» превращая их в «постоянных» и в «клиентов на всю жизнь»;
- продавать каждому клиенту на большую сумму.



## **ПРОГРАММА**

### **Организация работы:**

- Почему технология «6 этапов продаж» уже НЕ РАБОТАЕТ? Какие этапы в работе отдела активных продаж, НА САМОМ ДЕЛЕ?
- Как быстро и без тренингов, на порядок увеличить свои шансы на успешные продажи? Технология «Пулемет продаж» в действии.
- Как с помощью CRM поднять продажи?
- Продавцы не любят заполнять CRM. Как сделать, чтобы и CRM заполнялась, и на контакты с клиентами оставалось время?
- Отчетность менеджера по продажам. Основные критерии оценки его работы и KPI.
- Метод «Продажная бюрократия». Как сделать, чтобы уже через пару-тройку недель новички продавали не хуже ветеранов? Брифы, шаблоны и скрипты на службе эффективности продаж.
- Метод «Первым делом - самолеты». Как организовать рабочее время продавцов в соответствии с законами тайм-менеджмента? Как уставать меньше, а успевать больше за то же время?
- Скрипты продаж – модное бесполезное поветрие или современный метод повышения эффективности? Когда они не работают и как с их помощью повысить результаты сотрудников минимум на треть?
- Основные форматы и виды скриптов, уместность их применения в различных ситуациях переговоров.

### **Воронка продаж:**

- Идеология, цели и задачи метода.
- Как повлиять на принятие решения клиентом на каждом этапе взаимодействия.
- Типичные ошибки продавца при ведении клиента по воронке

### **Лидогенерация и создание доверия:**

- Как привлекать поток «теплых» клиентов и отказаться от холодных звонков? Методы современной лидогенерации.
- Как «разогреть» Клиента еще до прямого предложения? 25 приемов малобюджетного PR для компаний B2B.
- Как реализовать стратегию «Human-to-Human» («человек к человеку»)? Чем она отличается от классических B2B-продаж?

### **Бронебойные холодные звонки:**

- Как преодолеть «секретарский барьер»? 10 проверенных способов.
- Как продавцу снять «страх» «холодных» звонков?
- Как добиться разговора с ЛПР (лицом, принимающим решение)?
- Техники квалификации клиента по принципу "наш-не наш, перспективен-не перспективен". Как в первые минуты диалога понять, стоит ли продолжать общение дальше?



- Как за считанные секунды создать у клиента ощущения - «он свой», «ему можно доверять»? «Быстрые техники» психологического «присоединения».
- Как использовать процесс продажи в качестве маркетингового исследования? Как выяснять, что именно в сотрудничестве с вами не устраивает клиента и исправлять недостатки?
- Как сформулировать конкурентные преимущества и УТП (уникальные торговые предложения) по-настоящему убедительно и доказательно? Техники "Ложный выбор" и ОПТОВИК (с).
- Как назначить встречу, выявить потребности и продать по телефону?

### **Продажи на входящих контактах:**

- Какие слова сказать сразу после подъема трубки?
- Почему НЕ надо представляться лично в первые секунды разговора?
- Как познакомиться по имени?
- Почему прямые и «бесхитростные» ответы на вопросы собеседника могут помешать продаже?
- Как увести клиента с мыслей о цене к мыслям о Ценности вашего предложения?
- Как сделать, чтобы клиент «забыл» о цене и сосредоточился на Ценности?
- «Вопросы здесь задаю я!». Кто лидирует в переговорах – отвечающий или спрашивающий?
- Как установить эмоциональный контакт в первую минуту разговора?
- Чем «купить» время и внимание клиента?
- Как перехватить инициативу и развернуть ситуацию в общении на 180 градусов?
- Как предлагать, не предлагая ничего напрямую?
- Как профилировать возражения?
- Как смягчить «ценовой удар»?
- Как грамотно назначить встречу?
- Как «дожать» Клиента по телефону?

### **Универсальные техники коммуникации:**

- Как «стать своим» и установить доверительные отношения за считанные минуты? Техники «присоединения» на вербальном, невербальном и паравербальном уровнях.
- Как выяснить мотивы и стереотипы клиента? Сбор информации, выявление потребностей. SPIN, «маркетинговый опрос», «Критериально-ценностный аудит» и другие способы выяснить настоящие запросы и потребности.
- Как убедить клиента? Правила логики и приемы аргументации.
- Голос как инструмент продажи. Практическая настройка продающих интонаций.
- Как без лишних затрат денег и времени увеличить сумму сделки? Допродажа - метод «Рыбалка».

### **Работа с ценой:**



- Профилактика ценовых возражений. Почему даже малая стоимость может оттолкнуть, если будет названа слишком рано?
- Как озвучивать цену, чтобы она не отпугнула клиента? Методы «Три коробочки», «Ледокол», «Дробление суммы» и другие.
- Как продать дороже? Методы увеличения чека «Ап-селл» и «Кросс-селл».
- Что делать, если всё же приходится снижать цену? Как сохранить клиента, не потеряв прибыли? Техники «Даун-селл».
- Скидки как инструмент профессионального маркетинга, а не «средство от бессилия». Когда их можно применять, а когда они противопоказаны?
- Что выгоднее компании – дать скидку или заменить ее подарком (бонусом)?

### **Работа с возражениями, сомнениями и сложными вопросами:**

- Диагностика настоящих причин сопротивления. Виды, причины, техники выявления.
- Рефрейминг, «Тотальное ДА», «Ядерный позитив», уточняющие вопросы, «Уступ», «Бумеранг», «Назад в будущее», «Ложный выбор» и другие методы обработки возражений.
- Как обратить возражение Клиента себе в пользу?

### **Коммерческий копирайтинг:**

- Эффективная структура коммерческого предложения, которое, даже при холодном контакте, будет внимательно дочитано до конца и вызовет вопросы: "Расскажите подробнее!" и "Сколько стоит?"
- Как вернуть потерянного Клиента? Техника «амортизационное письмо».

### **Переговоры об уступках и техники АНТИСКИДКИ:**

- Как формировать скидки?
- Как торговаться об уступках?
- Как сохранить клиента, отказав в скидке?
- Приемы «Приличная компания», «Скрытые мотивы», «метод Бена Франклина» и др.
- Техники торга: цели, задачи, участники, предмет, вопросы... Построение эффективной стратегии переговоров. Развитие гибкости и артистизма переговорщика.
- Методы «Всякие деньги», «Матрица информации», «Матрица уступок».
- Переговорные «уловки». Грамотное использование манипуляций. Приемы «игра со временем», «плохой парень - хороший парень», «одно решение за раз», «эмоциональный захват», «срыв компетентности» и др.

### **Профпригодность и стрессоустойчивость (при необходимости):**

- Эффективное отношение к отказам. Как легко и быстро учиться на своих и чужих ошибках и успехах?



- Страхи продавца. Чем они вызваны и как от них избавиться.
- Развитие стрессоустойчивости, обучение навыкам саморегуляции.
- Типичные личностные кризисы менеджеров по продажам. Как к ним подготовиться и преодолеть, становясь высокооплачиваемым профессионалом?

### **Продажи на международных рынках (при необходимости):**

- Как оценить перспективы работы с зарубежными контрагентами: есть ли возможность для продаж? Можем ли мы конкурировать? Можем ли мы выиграть?
- Особенности переговоров с представителями "западной", "дальневосточной", "среднеазиатской" и других деловых культур.

### **Методы ораторского искусства и продающей презентации (при необходимости):**

- Как избавиться от страха перед выступлением – малоизвестные методы саморегуляции, дающие результат сразу.
- Развитие уверенности и артистизма.
- Раскрытие и настройка сильного, «богатого», внушающего Голоса.
- Чистка дикции.
- Постановка «ярких» интонаций и жестов.
- Избавление от региональных диалектов и дефектов речи (например, фрикативного "хэ").
- Секреты и приемы управления состоянием аудитории.
- Навыки выступлений без подготовки, ораторская импровизация.
- Как правильно формулировать ключевое сообщение – планирование речи (как продумывать следующие фразы).
- Как сделать свою речь понятной и легкой для восприятия.
- Как «зацепить» аудиторию – от острой шутки до сторителлинга.
- Как избегать штампов в речи: стоп слова, избыток формализмов и проч.
- Техники успешной презентации.
- Композиция речи.
- Как адаптировать свою речь к разным категориям слушателей.
- Древние и современные приемы риторики.
- Технологии убеждения, применение логических конструкций речи.
- Основы внушения, воздействие на эмоционально-чувственную сферу.
- Грамотное использование манипуляций и противодействие им.
- Ведение дискуссии и спора, навыки полемики.
- Как реагировать на ненужные вопросы.
- Как уйти от прямого ответа на сложные или враждебные вопросы.
- Нейтрализация «вредных» клиентов.
- Как работать с камерой и микрофоном.
- Как общаться с прессой.
- Ораторский турнир.



**СТИЛЬ ПРОВЕДЕНИЯ** – сугубо практический. При заказе обучения в формате «тренинг» на отработку навыков в упражнениях отводится от 50 до 70% процентов времени.

**По сути, это бодрая отработка конкретных навыков продаж по следующей схеме:**

- Дается типичная ситуация в работе. Например, «клиент отжимает скидку «У ваших конкурентов - дешевле».
- Показывается техника решения этой задачи. Проговариваются и записываются речевые модули, приемы ответов на требования скидок.
- Прием отрабатывается в парах и тройках, участники по несколько раз его повторяют для усвоения.
- Участники проходят «экзамен на владение», то есть, показывают руководителю, как они овладели методом.

После чего группа переходит к освоению следующего этапа продаж.

Такой стиль позволяет участникам получить конкретные навыки и умения, которые легко контролировать и совершенствовать своими силами.

**Важно** - практический стиль позволяет провести тренинг «на одном дыхании», легко и интересно для участников. Это дает мотивацию применять новые техники на практике.

## **АПГРЕЙД ТРЕНИНГА - ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ, ПОВЫШАЮЩИЕ РЕЗУЛЬТАТЫ**

### **1. Полевое внедрение - помощь сотрудникам в процессе работы.**

Тренер работает с продавцами в отделе продаж, помогая закрепить навыки и перенести новые методы из «тепличных» условий тренинга в реальную ежедневную практику:

- делает показательные звонки,
- прослушивает записи и живые переговоры,
- даёт индивидуальную обратную связь,
- проводит корректирующие индивидуальные и групповые тренинги.

### **2. Разработка стандартов, сценариев и скриптов продаж.**

В процессе тренинга участники под руководством тренера разработают технологии и стандарты, по которым далее будут работать с клиентами.

Это позволяет устранить сопротивление новым технологиям на этапе внедрения.

### **3. Оценка персонала.**

Заказчик может получить обратную связь о сотрудниках по следующим параметрам:

- стрессоустойчивость,
- коммуникабельность,
- конфликтность/бесконфликтность,
- лояльность и управляемость,
- знание технологии продаж,
- владением навыками переговоров,
- зоны роста и развития.

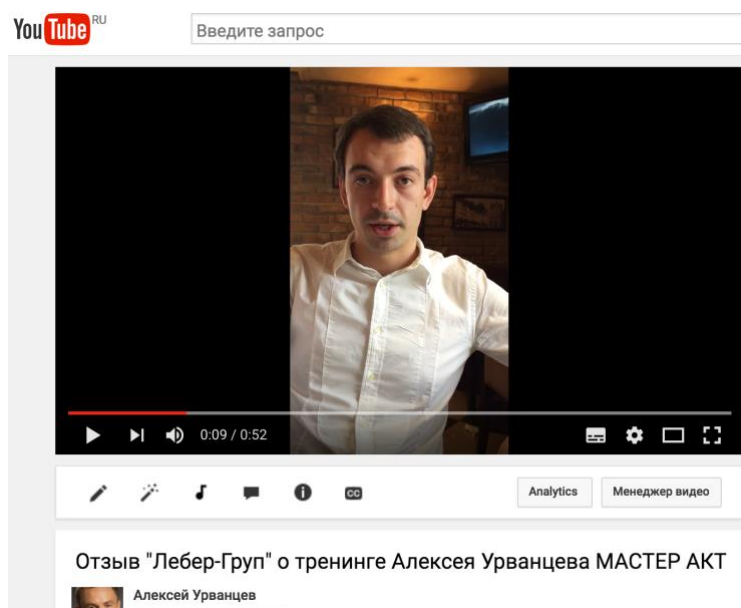


Центр ПОДЪЕМ ПРОДАЖ  
Москва [www.urvancev.info](http://www.urvancev.info)

## ОТЗЫВЫ УЧАСТНИКОВ И ЗАКАЗЧИКОВ

Ген. директор компании "Лебер Групп" Артем Сорокин <http://lebergroup.ru/>

Видеоотзыв: <https://www.youtube.com/watch?v=oTnAPdNIIZQ&feature=youtu.be>



### ***Результаты обучения по программе «Мастер активных продаж»:***

- 1. Сотрудники всю неделю обсуждают тренинг.*
- 2. За неделю после тренинга продали больше, чем за три недели до него.*

### **А также:**

Понравилось! Нетипичен по сравнению с другими тренерами, которых я видела. Новые методики.

**Ольга Матюшенко, Еженедельник "Комок" (рекламные услуги), г. Красноярск.**

---

За такой короткий период была проделана огромная работа. Алексей дал нам новые идеи и фишки за покорение новых рынков сбыта. Огромное человеческое спасибо!

**Алексей Вотинцев, компания "Шкап" (производство мебели), г. Ижевск.**

---

На тренинге впервые, думал будет все примитивно: познакомимся, начитают материал, дадут что-то под запись. Все оказалось совсем не так! За время тренингов получил массу



нового, положительных эмоций, даже несмотря на позднее проведение тренинга.  
Большое спасибо!

**Шешуков Игорь, ТД «Стройбат» (стройматериалы и оборудование), г. Киров.**

---

Семинар был очень интересен и полезен. На нем я узнал новые эффективные приемы ответов на звонки и методы проведения переговоров, а так же представление о правильной структуре и работе отдела продаж.

**Андрей Маркашанский, нач. отдела продаж «Gallax» (оборудование для грузовых автосервисов), г. Великий Новгород.**

---

Потрясающий тренинг! Алексей, Вам огромное спасибо! Эти два дня пролетели как на одном дыхании. Огромное количество полезной, нужной информации. Все достаточно просто и лаконично объяснялось.

**Марина Данильчук, Издательский дом «Информполис», г. Улан-Удэ.**

---

Настроение - отличное, теперь у меня появилась новая точка отсчета для достижения своих целей! Я уже начала применять различные варианты телефонных переговоров, чтобы прийти к определенной схеме, которая подойдет к нашей организации. Но конечно же, опираясь на Ваши методы. Хочу сказать Вам спасибо огромное, общение с Вами мне также было очень приятно общаться. Более того, скажу, что я рада, что мне повезло встретиться с таким Человеком!

**Наталья Замалтдинова, финансовая компания «Паритет» (центр микрокредитования), г. Ижевск.**

---

Очень интересно и вполне содержательно, охватывает все темы, интересующие менеджера. Семинар дает хорошую поддержку и помощь в работе в будущем.

**Александра Нестерова, Рекламное агентство «Группа 7» (Красноярск)**

---

Интересный семинар, легкая подача материала, располагающий тренер Алексей.

**Юлия Ставровская, «Pacific Media» (Владивосток)**

---

Алексей – очень позитивный как человек и как тренер. Тренинг прошел на одном дыхании, легко и непринужденно.

**Надежда Черепанова, Медиагруппа «Премия» (Волгоград)**





## ОТЗЫВЫ ЗАКАЗЧИКОВ ПРОЕКТОВ ОПТИМИЗАЦИИ ОТДЕЛОВ ПРОДАЖ

### 1. Федор Куприченков, ген. директор ГК «Супервендинг» (Москва) [www.supervending.ru](http://www.supervending.ru)

#### Услуги - проект по оптимизации отдела продаж:

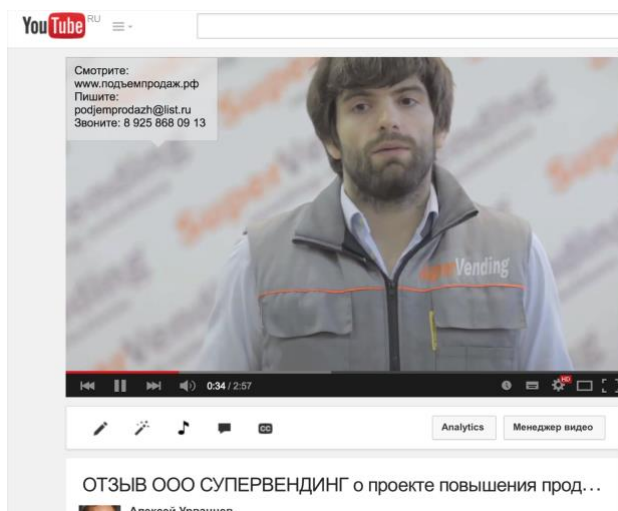
- маркетинговое исследование
- рекомендации по малобюджетному продвижению
- стратегическая сессия
- семинар по управлению отделом продаж
- тренинг для менеджеров по продажам

*"... всегда скептически относился к тренингам, но по итогам этого работа оказалась очень продуктивной..."*

*"...ярчайшим примером стало то, что **новые сотрудники обучаются и начинают за две недели продавать так же, как ветераны, которые работают несколько лет...**"*

*"... даже если бы отдела продаж не было, проект окупился бы только благодаря тому, что эти навыки и знания получил я..."*

Видеоотзыв: [http://www.youtube.com/watch?v=u-GQQmzxVe0&feature=share&list=PLcEq8JSe5ccR1C5Cylf\\_5kJ7w1t-dCJlI&index=1](http://www.youtube.com/watch?v=u-GQQmzxVe0&feature=share&list=PLcEq8JSe5ccR1C5Cylf_5kJ7w1t-dCJlI&index=1)





Центр ПОДЪЕМ ПРОДАЖ  
Москва [www.urvancev.info](http://www.urvancev.info)

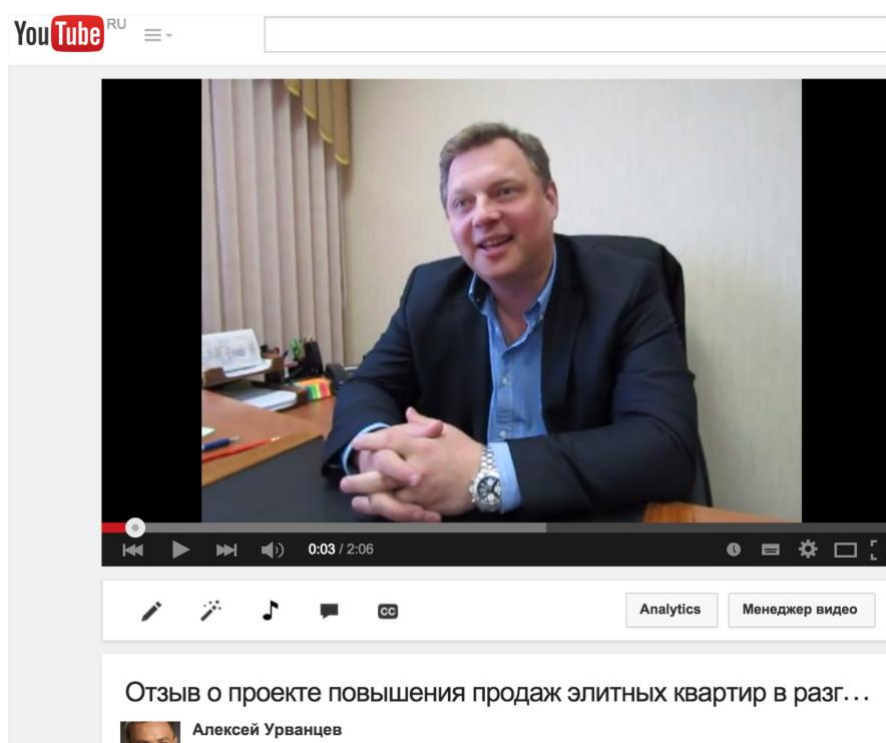
**2. Алексей Михайлович Лопаткин, ген. директор УКС «Авитек» [www.uksavitek.ru](http://www.uksavitek.ru)**  
**Услуги - проект по оптимизации отдела продаж:**

- маркетинговое исследование
- разработка стандартов и скриптов продаж
- стратегическая сессия для руководителей
- тренинг для менеджеров по продажам

*Летом 2009, в разгар кризиса и в межсезонье, после "пустого" месяца без единой продажи, благодаря консалтингу и внедрению новых стандартов работы с Клиентами, УКС "Авитек" продавало по 20 элитных квартир в неделю. Причем без демпинга и "бесплатных" распродаж.*

Видеоотзыв:

[www.youtube.com/watch?v=243OWluiJR0&list=PLcEq8JSe5ccR1C5Cylf\\_5kJ7w1t-dCJlI&feature=share&index=2](http://www.youtube.com/watch?v=243OWluiJR0&list=PLcEq8JSe5ccR1C5Cylf_5kJ7w1t-dCJlI&feature=share&index=2)





**3. Наталья Майнина, руководитель службы тех. поддержки компании «Мультинекс-Киров»** <http://www.kirov.mts.ru/dom/>

Видеоотзыв:

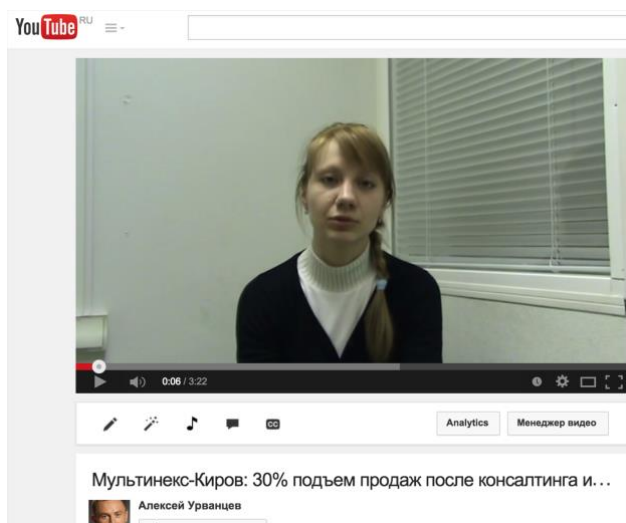
[http://www.youtube.com/watch?v=mxOHx5jbx\\_c&feature=share&list=PLcEq8JSe5ccR1C5Cylf5kJ7w1t-dCJlI&index=5](http://www.youtube.com/watch?v=mxOHx5jbx_c&feature=share&list=PLcEq8JSe5ccR1C5Cylf5kJ7w1t-dCJlI&index=5)

*«... мы в 2010-11 гг. внедрили систему работы, систему речевых модулей и допродаж услуг, и в 2011 году вышли на 50-процентный уровень продаж всей компании с помощью речевых модулей, которые прописали полностью и внедрили, начиная от приветствия.*

*До этого наш call-центр работал достаточно хаотично, то есть каждый сотрудник был индивидуальной личностью, проявлял себя по-своему, считал работу творчеством.*

*Таким образом, результаты, которых мы достигли в течение десяти месяцев после проекта – это половина всех продаж компании, это увеличение продаж компании порядка на 30% всего прироста, это снижение затрат на заработные платы сотрудникам: штатным и нештатным.*

*Мы смогли снизить отток клиентов. Когда они просто запрашивали информацию, сравнивая нас с конкурентами, наши потенциальные клиенты не доходили просто до конкурентов, так как мы их здесь и сейчас «горячими» брали и продавали им по телефону».*



И еще – множество отзывов здесь: <http://www.youtube.com/user/urvancev>

И здесь: <http://urvancev.info/otzyvy/>



Центр ПОДЪЕМ ПРОДАЖ  
Москва [www.urvancev.info](http://www.urvancev.info)

## ТРЕНЕР - АЛЕКСЕЙ УРВАНЦЕВ



**Входит в ТОП-20 лучших российских тренеров по продажам** по версии SalesPortal.ru.

**Владелец центра ПОДЪЕМ ПРОДАЖ**, Москва, выпускник Президентской программы подготовки управленческих кадров, профессиональный маркетолог.

**Спикер крупнейших бизнес-форумов России и ближнего зарубежья:** Российская Неделя продаж, Российский Форум продаж, ИнтеллектFest, Акселератор продаж, Sales Marketing Eurasia Forum (Казахстан), Битва тренеров (Украина), Продажи и Маркетинг и других.

**Ведущий передачи** об умных продажах «Без скидок» на MediaMetrics.tv.

**Автор публикаций** в журналах «Управление сбытом», «Управление продажами», «Корпоративные университеты», «Московский клуб предпринимателей», «Art of Sales» (Украина), и на интернет-порталах: E-executive.ru, «Рекламное измерение», «Клуб продажников» и др.

**Победитель** МегаБаттла Мегаплана - 2017.

**С 1995 года - опыт работы в качестве продавца**, консультанта и тренера, с отраслями: продукты питания, СМИ, рекламные услуги, электротехническая продукция, кабель, стройматериалы, оборудование для грузовых автосервисов, каркасные малоэтажные дома, элитные квартиры, меховые изделия, туризм, риэлторская деятельность, провайдеры интернет и кабельного ТВ, банковские услуги и др.

**Около 70 успешных проектов** по оптимизации и постановке отделов продаж: подбор, оценка и замена персонала, маркетинговые исследования, разработка корпоративных книг продаж, постановка стандартов работы, внедрение новых зарплат, аутсорсинг продаж, обучение персонала и руководителей и т.п.



## КЛИЕНТЫ

**Столичный ювелирный завод АДАМАС.**

**ОАО «Савушкин продукт» (Минск)** - молочная компания №1, «визитная карточка» Беларуси.

**Автозавод ГАЗ** (Нижний Новгород) - лидер на рынке коммерческих автомобилей СНГ.

**ОАО «Ростелеком»** - крупнейший провайдер услуг связи в России, филиал в Респ. Коми.

**ТОО «Регион-Медиа»** (Казахстан) - лидер на рынке рекламно-производственных компаний, 15 филиалов в крупнейших областных центрах страны.

**Такси 956** - один из крупнейших таксопарков Москвы.

**ЗАО «Татпроф»** (Набережные Челны) - один из лидеров российского рынка производства алюминиевого профиля.

**ГК «Супервендинг»** (Москва) - российский лидер рынка вендинговых аппаратов.

**ОАО ТД «Талина»** (Саранск) - один из российских лидеров производства мясoproдуктов (сеть продаж – более 40 регионов).

**МДМ-Банк Уральский регион** - банк, входящий в 20 самых крупных в России.

**Компания «Паркет Холл»** - крупнейший производитель и поставщик деревянных напольных покрытий.

**LUMON** – российское представительство финского бренда элитного безрамного остекления класса премиум.

**АТЕК-Энерго** - крупнейший поставщик электрооборудования и кабельной продукции.

### **И еще – около пятисот компаний в городах:**

Москва, С-Петербург, Минск, Алматы, Киев, Красноярск, Тюмень, Пермь, Челябинск, Липецк, Великий Новгород, Нижний Тагил, Екатеринбург, Владивосток, Волгоград, Петропавловск-Камчатский, Новокузнецк, Новосибирск, Чебоксары, Архангельск, Северодвинск, Ростов-на-Дону, Киров, Йошкар-Ола, Брянск, Краснодар, Калуга, Тверь, Уссурийск, Рязань, Уфа, Саранск, Сыктывкар, Южно-Сахалинск, Курган, Дербент, Тула, Сочи, Калининград, Омск, Рига и др.

**Готов ответить на вопросы.**

**Дружески, Алексей Урванцев.**

[www.urvancev.info](http://www.urvancev.info)

[mail@urvancev.info](mailto:mail@urvancev.info)

Бесплатный звонок: 8 800 505 95 72