

ДОРОГИЕ ПРОДАЖИ VIP-КЛИЕНТАМ

VIP – Весьма именитая персона от английского «Very Important Person». Физическое лицо, имеющее право на персональные привилегии, льготы или претендующее на таковые ввиду своей состоятельности в финансовом, политическом или ином плане.



Цели тренинга:

- отработка навыков сервисного поведения при продажах и обслуживании VIP-клиентов;
- отработка навыков работы с критикой и рекламациями VIP-клиентов;
- отработка навыков формирования клиентуры.

Тренинг предназначен: менеджерам, осуществляющим продажи и обслуживание VIP-клиентов.

Продолжительность: 16 часов.

Программа тренинга:

Тема 1. Понятие VIP-клиент

- ABC-анализ как основа выделения VIP-клиентов;
- психология VIP-клиента; личностные особенности VIP-клиентов;
- ожидания и требования VIP-клиента к системе обслуживания;
- потребности VIP-клиентов.

Тема 2. Общие принципы продаж и эффективного обслуживания VIP-клиентов

- особенности отношения менеджера к работе с VIP-клиентами: конструктивные и деструктивные моменты;
- правила взаимодействия с VIP-клиентами;
- ролевая игра «Обслужи VIP-клиента».

Тема 3. Установление и поддержание контакта с VIP-клиентами

- вступление в контакт. Особенности контакта со статусными клиентами (субординация и эмоциональное спокойствие). Позитивная эмоция клиента — первая цель переговоров;
- отработка приемов работы с клиентами (поддерживающие слова, эхо, смысловое эхо, резюмирование, подстройка, умение слушать, тактика присоединения);
- ролевая игра с видеоанализом «Вырази свою сопричастность клиенту».

Тема 4. Концепция построения взаимодействия с VIP-клиентами

- клиентоцентрированное общение; техника «язык пользы» в аргументации;
- техника «опора на ключевые слова клиента» в аргументации;
- аргументация с опорой на личностную стратегию клиента — отработка в практических упражнениях.





Тема 5. Техники сбора информации о потребностях клиента

- стратегия сбора информации — понять клиента и помочь сделать правильный выбор;
- специфика этапа — статусное давление со стороны клиента;
- невербальные сигналы от клиента как маркеры потребностей. Практические упражнения;
- использование принципа социального обмена и предупреждающей услуги.

Тема 6. Работа с возражениями, критикой и рекламациями

- стратегия работы с критикой и рекламациями — формирование постоянной клиентуры;
- психологическая природа критики. Критика свидетельствует о потребности клиента;
- 4 ошибки менеджера при работе с критикой (оправдание, контратака, игнорирование, подкуп);
- правила и техника работы с критикой VIP-клиента; ролевые игры;
- правила приема рекламаций.

Тема 7. Приемы технологий влияния в общении с VIP-клиентами

- Технологии НЛП – эффективные модели влияния;
- Использование невербальных техник в общении с клиентами;
- Использование вербальных приемов влияния в коммуникации;



Итоговая работа:

Разработка сценариев встречи и плана обслуживания VIP-клиента. Розыгрыш ситуаций с применением полученных на тренинге навыков и компетенций.