

# InSoCon

## Wywieranie Wpływu w Sytuacjach Nieformalnych

### Cele

Po ukończeniu kursu każdy uczestnik będzie:

- rozumiał potrzebę takiego organizowania spotkań towarzyskich, aby w przejrzysty sposób służyły realizacji celów Firmy
- potrafił planować i realizować określone cele na każdym takim spotkaniu
- posiadał metodę, przy pomocy której można zmierzyć sukces osiągnięty na takim spotkaniu
- będzie w stanie określić różnicę pomiędzy czysto towarzyską konwersacją, a rozmową z określonym celem handlowym, jak również będzie potrafił zrównoważyć proporcje między nimi w praktyce
- będzie potrafił stosować różne style perswazji w sposób elastyczny i efektywny
- będzie potrafił budować długotrwałe relacje z klientami

### Uczestnicy szkolenia

Program jest przeznaczony dla wszystkich osób zaangażowanych w sprzedaż towarów lub usług o wysokiej wartości, gdzie kontakt towarzyski jest często ważniejszym elementem strategii marketingowej niż konwencjonalna promocja czy rozmowa handlowa. Typowi uczestnicy takiego szkolenia to osoby regularnie biorące udział w spotkaniach towarzyskich, które mogą lub powinny być okazją do rozwijania kontaktów handlowych. Kurs jest szczególnie przydatny dla tych pracowników działu marketingu lub sprzedaży, którzy organizują takie nieformalne spotkania lub są ich gospodarzami.

### Zawartość programu

#### Jak planować spotkania?

- Umieszczenie spotkania w strategii rozwijania i zacieśniania relacji z klientem.
- Wybór rodzaju spotkania właściwego do realizacji wytyczonych celów.

#### Ustalanie celów i taktyki:

- Planowanie tematów do dyskusji i kluczowych pytań.
- Określenie etapu, na którym znajduje się klient w procesie podejmowania decyzji.
- Rozbudzanie potrzeb i zobowiązanie do podjęcia działań.

#### Jak zmierzyć sukces?

- Ustalanie określonych celów.
- Pomiar wyników.

#### Zarządzanie interakcjami

- Zdefiniowanie zachowań „towarzyskich” i „handlowych”.
- Umiejętności zarządzania czasem przeznaczonym na cele towarzyskie i handlowe.

#### Kluczowe umiejętności perswazji

- Definiowanie stylów „push” i „pull”.
- Właściwe zastosowanie obu stylów.
- Odkrywanie różnych rodzajów potrzeb.
- Ujawnianie i demonstrowanie możliwości spełnienia głównych kryteriów.

#### Jak przygotować rozmowę?

- Wybór właściwych celów.
- Umiejętne wprowadzenie i wyjście z tematu.

#### Jak nawiązywać kontakty osobiste?

- Określenie podczas nieformalnych spotkań wymagań zawodowych klienta i własnych.
- Planowanie budowy silniejszych relacji z klientem.

### Prowadzący i ilość uczestników

Szkolenie jest prowadzone przez konsultantów firmy Doradca przeszkolonych i certyfikowanych przez firmę Huthwaite International. W celu zapewnienia każdemu uczestnikowi wystarczającej uwagi oraz możliwości oceny przez trenerów, maksymalna liczba uczestników w grupie nie może przekraczać 12 osób.