

A 14. Trudne rozmowy handlowe – komunikacja bezpośrednia	
1 Czas:	1 dzień (około 6 godzin)
2 Rodzaj kursu:	Zamknięte
3 Uczestnicy kursu:	Przedstawiciele handlowi, doradcy, akwizytorzy, sprzedawcy.
4 Ilość uczestników:	około 15 osób
5 Cel:	Budowanie trwałych, opartych na zaufaniu pomostów między przedsiębiorstwem a klientem
6 Zakres tematyczny:	• Sposoby odnoszenia się do klientów, proces komunikacji, środki komunikowania, zasady komunikacji, • Efektywna komunikacja, • Sztuka aktywnego słuchania i aktywne kierowanie rozmową, • Schematy prowadzenia rozmów z klientami, • Określenie potrzeb klienta na podstawie rozmowy, efektywne rozmowy z klientami, którzy nie wiedzą czego chcą, • Techniki „oblaskawiania” klientów, działania zabronione w kontaktach z klientami, • Jak przygotować się do spotkania z klientem, znaczenie przygotowania do rozmowy, konstruowanie wypowiedzi. • Typy ról przyjmowane przez uczestników rozmów. • Typy rozmów w środowisku pracy: emocjonalne, informacyjne i rozwojowe. • Znaczenie komunikacji niewerbalnej i jej podstawowe zasady • Komunikacja jedno- i dwustronna., spójność przekazu jako wartość kreująca dobrą rozmowę. • Test na styl komunikowania się. • Efektywne pozyskiwanie informacji w rozmowie. • Rola parafrazy w efektywnej komunikacji, typy pytań. • Pytania zachęcające i zniechęcające, jak konstruować dobre pytania? • Emocje i ich rola w komunikacji, rozładowywanie napięć w komunikacji. • Rola empatii w efektywnej komunikacji, dlaczego warto być asertywnym?, budowanie relacji międzyludzkich poprzez rozmowę. • Rozmowa jako negocjacje. • Manipulacje - jak je identyfikować? Jak reagować na manipulacje.
7 Korzyści:	Poprawa jakości obsługi klientów – więcej zadowolonych klientów – zwiększenie zysku przedsiębiorstwa; zwiększenie efektywności kontaktów bezpośrednich, wykreowania zintegrowanego systemu komunikacji z klientem, poprawa telefonicznej obsługi klienta
8 Usługa dodatkowa:	W koszt przeprowadzenia szkolenia wliczone jest przygotowanie raportu szczegółowo opisującego prace uczestników. Po zakończeniu szkolenia uczestnicy w anonimowej ankiecie dokonają oceny szkolenia. W ramach zaproponowanego honorarium uczestnicy szkolenia będą mieli możliwość zadawania, w ciągu 2 dni od zakończenia szkolenia, pytań odnoszących się do tematyki drogą telefoniczną lub e-mailową. Uczestnicy szkolenia otrzymają materiały szkoleniowe.
9 Termin:	Do uzgodnienia
10 Miejsce:	Do uzgodnienia
11 Prowadzący:	Paweł Kacprzak, Beata Chojnacka
12 Więcej informacji	Biuro@cdp-poland.com.pl
13 Uwagi dodatkowe:	Podczas szkolenia uczestnicy będą odgrywać scenki przygotowane na podstawie case'ów – które będą rejestrowane na video