

WIERZYM W ODPOWIEDZIALNE ZARZĄDZANIE

Stawiamy na rozwój
poprzez doświadczenie,
refleksję i działanie

PRACA W REALIACH
ORGANIZACJI

Diagnoza potencjału
handlowego
przedstawicieli



Czym jest diagnoza potencjału handlowego?

Zdefiniowanie i opisanie zarówno mocnych stron, jak i obszarów do rozwoju w realnych sposobach pracy a klientami przedstawicieli/doradców danej Firmy. Ma ona formę aktywną, poprzez udział uczestniczących w niej przedstawicieli w symulowanych doświadczeniach z relacji z ich klientami.

Efektom diagnozy miało być przedstawienie Atutów i Rezerw w ich pracy handlowej z klientami wraz z przedstawieniem możliwego planu dalszego rozwijania ich kompetencji.



Metoda diagnozy

Udział każdej lub wybranych osób z zespołu handlowego w indywidualnej sesji symulacyjnej - aranżowanym spotkaniu handlowym z potencjalnym klientem, w którego rolę wciela się realizujący projekt diagnostyczny coach/trener.

Ideą symulowanych spotkań jest „podgrywanie” przez realizującego diagnozę typowych zagrywek handlowych, reakcji oraz zwrotów stosowanych przez klientów podczas spotkań z doradcami. Prowokuje ich to tym samym do ujawniania własnych sposobów radzenia sobie z tymi zagrywkami oraz zademonstrowania indywidualnego sposobu prowadzenia spotkań handlowych. Sesje te są nagrywane na kamerę video i poddane późniejszej analizie.

Każde spotkanie przebiega zgodnie z wcześniej ustalonym scenariuszem, zbudowanym we współpracy z szefem handlowym zespołu. Scenariusze spotkań z doradcami/przedstawicielami są jednakowe.



Przykładowe stosowane sytuacje z realiów zawodowych

- „Oszczędne przywitanie” i wskazanie miejsca dla doradcy gestem ręki bez podawania jej na przywitanie,
- Zasygnalizowanie braku czasu na długie spotkanie,
- Niechęć do odstawiania własnych oczekiwań i interesów przez klienta,
- Zmienianie tematów rozmowy w jej trakcie na wygodne dla klienta,
- Przepytywanie przez klienta,
- Komunikowanie krytycznych uwag na temat danej firmy „zastyszanych” w rynku,
- Sugerowanie kluczowej roli warunków finansowych współpracy,
- Sygnalizowanie braku zdecydowania i posiadania wątpliwości, co do wyboru partnera do współpracy,
- Stosowanie ultimatum i wywieranie presji na wybrane elementy oferty lub warunki handlowca,
- Podważanie kompetencji przedstawiciela,
- Uwodzenie i próby wynegocjowania najkorzystniejszych warunków kosztem handlowca,
- Niechęć do podejmowania decyzji i odwlekanie jej na przyszłość itp.

Precyzyjne scenariusze spotkań wraz z wyborem zagrywek i trudnych zachowań klientów przygotowywane są adekwatnie do specyfiki oraz realiów biznesowych, w których pracują na co dzień doradcy/przedstawiciele danego zespołu.



Dla kogo przygotowujemy projekt?

Osobami uczestniczącymi w diagnozie są przedstawiciele handlowi, doradcy, opiekunowie klientów, key account managerowie oraz inne osoby współpracujące na co dzień i obsługujące klientów w danej Organizacji.

Projekty te realizujemy na zamówienie:

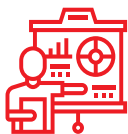
- Zarządów i właścicieli firm
- Szefów działów handlowych
- HR managerów i HRBP
- Managerów wyższego i średniego szczebla
- Kierowników operacyjnych
- Innych osób decyzyjnych w Organizacjach.



Etapy realizacji projektu:

1. ANALIZA POTRZEB SZKOLENIOWYCH

W celu diagnozy potrzeb osób zamawiających oraz mających uczestniczyć w projekcie, proponujemy:



- badanie ankietowe wśród wszystkich uczestników,
- spotkania/wywiady z bezpośrednimi przełożonymi lub/oraz osobą zarządzającą – Sponsorem projektu,
- ew. obserwacje „on Line” sposobów pracy wybranych uczestników.

Działania te pozwalają nam zrozumieć potrzeby zarówno uczestników, jak i oczekiwania decydentów oraz zobaczyć, na ile są one ze sobą spójne. Taki proces badania potrzeb mieści się w kosztach całego projektu szkoleniowego.

2. PRZYGOTOWANIE I PREZENTACJA ZAWAROŚCI MERYTORYCZNEJ ORAZ ETAPÓW PRACY W PROJEKCIE



- Przedstawienie wypracowanej propozycji merytorycznej,
- Weryfikacja propozycji przez osoby decyzyjne po stronie zamawiającego,
- Podjęcie decyzji co do przystąpienia i realizacji projektu,
- Ustalenie dokładnego harmonogramu poszczególnych działań,
- Omówienie głównych założeń i idei diagnozy przełożonym danego zespołu,
- Wsparcie managerów w przedstawieniu członkom zespołu handlowego głównych założeń diagnozy oraz własnych oczekiwań co do jej przeprowadzenia i dalszych działań rozwojowych.

3. URUCHOMIENIE PROJEKTU



- Przedstawienie członkom zespołu handlowego głównych założeń diagnozy oraz własnych oczekiwań co do jej przeprowadzenia i dalszych działań rozwojowych, będących efektem diagnozy.
- Ustalenie z uczestnikami precyzyjnego harmonogramu pracy.
- Przeprowadzenie rozmów indywidualnych bezpośrednich przełożonych z uczestnikami projektu

4. PRZEPROWADZENIE INDYWIDUALNYCH SESJI DIAGNOSTYCZNYCH Z UCZESTNIKAMI PROJEKTU



Cykl indywidualnych sesji symulacyjnych - aranżowanych spotkań handlowych z klientem w oparciu o przygotowany uprzednio precyzyjny scenariusz i wybrane zagrywki, trudne zachowania i reakcje klientów. Zapis video.

5. ANALIZA ZEBRANEGO MATERIAŁU DIAGNOSTYCZNEGO



Analiza zapisu video poszczególnych sesji z uczestnikami pod kątem Atutów i Rezerw w ich pracy handlowej z klientami. Opisanie ich własnych sposobów radzenia sobie z wybranymi zagrywkami, trudnymi reakcjami i zachowaniami klientów oraz indywidualnego sposobu prowadzenia spotkań handlowych.

Prezentacja rekomendacji, co do dalszego rozwijania i doskonalenia warsztatu handlowego poszczególnych osób uczestniczących w diagnozie oraz pracy z zespołem handlowym.

6. PODSUMOWANIE PROJEKTU



Spotkanie ze sponsorem, HR oraz przełożonymi uczestników, w celu omówienia efektów realizacji projektu diagnostycznego oraz przedstawienia rekomendacji, co do dalszej pracy z uczestnikami i zespołem handlowym.

Kontakt



Mikołaj Uzunow
+48 601 562 575
biuro@coach.pl
www.coach.pl



Warunki finansowe



Koszt realizacji danego projektu będzie oszacowany indywidualnie, adekwatnie do zakresu merytorycznego, charakteru, zakresu oraz harmonogramu realizowanych działań.

Zespół Coach.pl



Kliknij i poznaj
nasz zespół



MIKOŁAJ UZUNOW
Coach, CEO

Prowadzi indywidualny coaching managerski, handlowy, kupiecki, trenerski i negocjacyjny



RYSZARD SZOSTAK
Trener, Coach

20 lat doświadczenia trenerskiego (ponad 2 000 dni szkoleniowych)



DARIUSZ STANKO
Trener, Coach

Doświadczony trener, konsultant i supervisor, publikuje artykuły dedykowane menadżerom



PIOTR SUTOWICZ
Trener, Coach

Prowadzi warsztaty sprzedażowe i szefowskie, komunikacja, obsługa klientów, trening mentalny

Projekty rozwojowe Coach.pl



Kliknij i poznaj
wszystkie projekty

Akademia
Managera i Lidera Coach.pl



Dowiedz się
więcej

Akademia
Managera i Lidera w Firmie



Dowiedz się
więcej

Akademia
Trenera Coach.pl



Dowiedz się
więcej

Indywidualne
Konsultacje Managerskie



Dowiedz się
więcej

Akademia
Coacha Coach.pl



Dowiedz się
więcej

Indywidualny
Coaching Managerski



Dowiedz się
więcej

Turnusy
Coachingowe na Teneryfie



Dowiedz się
więcej

Indywidualny
Coaching Handlowy



Dowiedz się
więcej

Szkolenia Coach.pl



Kliknij i poznaj
wszystkie szkolenia

Szkolenia
dla Managerów



Dowiedz się
więcej

Szkolenia
dla Sprzedawcy



Dowiedz się
więcej

Szkolenia
dla Kupców



Dowiedz się
więcej

Szkolenia
dla HR Managerów i HRBP



Dowiedz się
więcej

Szkolenia
dla Rekruterów



Dowiedz się
więcej

Współpraca
w Organizacji



Dowiedz się
więcej