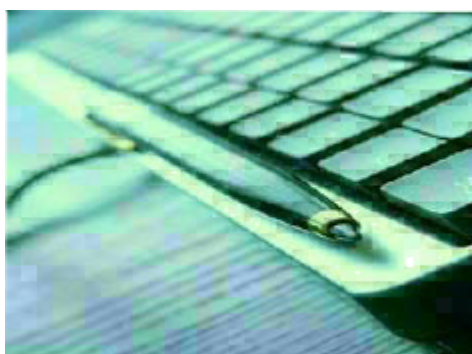


www.EDUCATION-FIRST.pl

Tel. 22 644 18 35;
Tel. kom. 662 07 16 46
Fax. 22 855 07 41

METODY I ARGUMENTY ZDALNEGO SPRZEDAWANIA Jak efektywnie kontraktować bez kontaktu osobistego ?

29.09.2011 , Warszawa
Centrum BankowoFinansowe Nowy Świat 6/12



- *maksymalizowanie czynników sprzedażowych,*
- *uruchomienie dodatkowych kanałów marketingowych , promocyjnych i dystrybucyjnych.*

- *właściwy dobór odpowiedniej grupy docelowej.*
- *Efektywne techniki sprzedaży i zwiększania wydajności handlowej*

500 zł+ VAT - 1 osoba


450 zł + VAT/os - 2 osoby z firmy

405 zł + VAT/os - 3 osoby z firmy



Metody i argumenty zdalnego sprzedawania jak efektywnie kontraktować bez kontaktu osobistego

9.15 początek

- 
1. Wybór odpowiedniej oferty i dopasowanych kontrahentów docelowych
Jak nawiązywać współpracę z klientami detalicznymi a jak z biznesowymi ?
 2. Jak zdalnie sprzedawać i kupować ? – To działa w obie strony !
 3. **Praktyczna przydatność baz danych w wyborze odpowiednich klientów**
Zasilanie bazy danych
Wykorzystywanie własnej i obcych baz danych
 4. **Techniki COPYWRITINGU w promocyjnym przygotowaniu oferty**
 5. **Drukowana reklama informacyjno – reklamowa**
Zasady kompozycyjne ulotki informacyjno – reklamowej
 6. **Tworzenie pakietu reklamy pocztowej bezpośredniej (direct mail)**
 7. COPYWRITING nośników pakietu mailingowego (newslettery promocyjne i informacyjne)
Jak konstruować newsletter i jak umieszczać linki na stronę docelową?
 8. **Konstrukcja i COPYWRITING skutecznych witryn internetowych**
 9. **Platformy zakupowo sprzedażowe**



13.00-13.40 lunch



10. Kampanie emailowe i newslettery

- - Reguly i metody wysyłek e-mailingowych / Jakie narzędzia do kampanii mailowych ?
- - Taktyka wysyłek mailowych do nowych baz
- - Jak zwiększyć wskaźnik CTR kampanii mailowych i newsletterów ?
- - Wykaz baz B2B / B2C , infobrokerów i aplikacji mailowych

11 Zastosowania telefonu (telemarketing i INTERNETU w przedkładaniu szybkiej i zdalnej oferty,



12. ABC VIDEO PREZENTACJI

13. Reguły komunikacji w rozmowach telefonicznych i videoprezentacjach

- Rozmowa telefoniczna przychodząca



14. Jak ofertować i sprzedawać przez telefon ?

15.. Wychodzące (aktywne) rozmowy telemarketingowe

- Nawiązywanie kontaktu
- Sondowanie kontrahenta pytania / sformułowania i pytania które sprzedają
- Prezentacja i demonstracja oferty
- Wyjaśnianie obiekcji klientów
- Główne reguły negocjacji telefonicznych



Metody finalizowania rozmowyskuteczne próby kontraktacji ?

18.00 zakończenie



Trener Krzysztof Podstawka

Doświadczony konsultant i trener marketingowy, współpracownik agencji badawczych i promocyjnych, wykładowca Katedry Marketingu Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego.

Specjalizuje się w następujących sferach marketingu: badania i analizy marketingowe, strategie marketingowe, plany marketingowe, zarządzanie komórkami handlowomarketingowymi, techniki osobistej sprzedaży i obsługi klientów, telemarketing, metody promocyjne reklamowe, klienting, merchandising. Szkoli największe firmy w Polsce, Ponad kilka tysięcy szkoleń przeprowadzonych !

Arbiter Polish National Sales Award 2010

Pakiet GRATIS !!! – Podręcznik autorstwa Krzysztofa Podstawki pt: „Aktywna sprzedaż osobista i bezpośrednia oraz INTERNET MARKETING BIBLE 2011

Oraz CD



Dla kogo ?

- Zajęcia te będą użyteczne dla wszystkich specjalistów próbujących wyszukiwać i pozyskiwać nowych klientów, czyli dla: handlowców, „inżynierów sprzedaży”, doradców klienta, prezenterów i „preseller’ów”, merchandiser’ów, specjalistów obsługi, serwisantów oraz dyrektorów i kierowników sprzedaży i obsługi klientów, Pionów marketingowych, Pionów ds Rozwoju, Kupców
- Skorzystają również ci, którzy na innych płaszczyznach niż kontakt z klientem chcą wzmocnić sugestywność i skuteczność swojego wpływu na innych ludzi

Dlaczego warto ?

- W trakcie warsztatu zostaną zaprezentowane i przećwiczone metody i techniki pozyskania klientów, które ze względu na ich bardzo „techniczny” i konkretny charakter pozwolą każdemu być lepszym handlowcem i specjalistą obsługi klienta.
- Wykorzystanie mediów elektronicznych (Internet, telefon) do typowania i nawiązywania kontaktu z potencjalnymi klientami
- Opanowanie technologii prowadzenia dopasowanej do klienta prezentacji i demonstracji oferty/propozycji również jako prezentacje online.
- Wykorzystanie nowych baz danych B2B i B2C**
- Poznanie zasad COPYWRITINGU interaktywnej formy sprzedaży i wywierania wpływu w newsletterach / stronach www/ oraz direkt marketingu**
- Zasady skutecznych kampanii mailowych do nowych klientów w tym jak skutecznie i systematycznie wysyłać maile informacyjnopromocyjne?**



[FORMULARZ ZGŁOSZENIA](#)

Opracowanie przez trenera indywidualnego planu doskonalenia prowadzenia rozmów handlowych oraz zwiększenie efektywności wykorzystania nowoczesnych środków sprzedaży. Jeden nowo zdobyty klient/kontrahent może -oznaczać stały dochód przez długie lata .



Znakomite REFERENCJE uczestników z ostatniego szkolenia: Kancelaria Latala i Wspólnicy / Centrum Badan Jakosci sp. z o.o./ Nautiquis sp. z o.o./ Centralny Osrodek Sportu/ Everst Polska Sp. z o.o./ CenterMed Sp.zo.o./ PBS DGA / Anneberg Transport/ 4 PRINT/ SOWUL & SOWUL, WURTH SP. Z O.O., EVEREST VIT SP. ZO.O. [więcej](#)



Sylwetka trenera – Krzysztof Podstawka

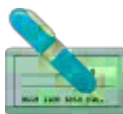
Konsultant i trener marketingowy od 1981r. oraz wykładowca w Katedrze Marketingu Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego. Współpracuje ze znaczącymi szkołami zarządzania i marketingu, agencjami reklamowymi i badań rynku, organizacjami biznesowymi (np. Business Centre Club).

Arbiter Polish National Sales Award 2011

PRZYKŁADOWE SZKOLENIA ZAMKNIĘTE

Największe szkolenia wewnętrzne: ABB, AmplicoLife, Bayer Polska, BGŻ S.A., CocaCola, Dar Natury, Edusoft, Hobas Systems Hortex, IBM Polska, Kruger Polska, Libella, NFI 3, NFI Hetman, Okocim S.A., PKO BP, Pekao S.A., PGNiG S.A., Philips Morris Polska, PKN Orlen, PTE Orzeł, PKP, PZU S.A., Renault Polska, Ruch S.A, Servisco, Solco Basel, Stomil Bełchatów S.A., Stalexport Opole, Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne S.A., TUIR WARTA S.A., Vattenfall, Zwoltex S.A.

Cykl szkoleń w Business Centre Club



GŁÓWNE PUBLIKACJE

- Marketing, Polska Fundacja Promocji Kadr, Warszawa 1991
- Marketing w przedsiębiorstwie, TNOiK, Toruń 1991;
- Marketing, Międzynarodowa Szkoła Menedżerów, Warszawa 1991 i 1994 (2 wydania);
- Akwizycja i sprzedaż bezpośrednia, Międzynarodowa Szkoła Menedżerów ,
- Warszawa 1993 i 1995 /wydanie II rozszerzone/;
- Zarządzanie marketingowe, rozdział w pracy zbiorowej: Zarządzanie, Centrum Prywatyzacji, Warszawa 1995 (współautorzy: Karasiewicz G., Trojanowski M.);
- Marketing. Zasady, strategie, instrumenty i techniki, Międzynarodowa Szkoła Menedżerów, Warszawa 1996 ;
- Praktyczny marketing. Kluczowe elementy, Promar International, Rzeszów 1997;
- Techniki sprzedaży osobistej w ubezpieczeniach, Międzynarodowa Szkoła Menedżerów, Warszawa 1997;
- Metody promocji, sprzedaży i merchandisingu, Philip Morris Poland, Warszawa 2000;
- Techniki sprzedaży osobistej , Philip Morris Poland, Warszawa 2001



[FORMULARZ ZGŁOSZENIA](#)