

PROGRAM WARSZTATÓW

Dzień 1

1. Cechy orientacji produkcyjnej, sprzedażowej i marketingowej firm. Elementy marketingu mix w przedsiębiorstwie handlowym.
2. Sprzedaż osobista jako element promocji sklepu
3. Instrumenty promocji mix w małej firmie handlowej:
 - a. etapy sprzedaży osobistej
 - określenie docelowej grupy nabywców?
 - przygotowanie wstępne spotkania z klientami,
 - spotkanie z klientami
 - * nawiązanie kontaktu, dotarcie z informacją
 - * pierwsze wrażenie,
 - * pozyskanie uwagi
 - * prezentacja oferty sklepu
 - * pokonywanie oporów,
 - zamknięcie sprzedaży;
 - czynności posprzedażowe;
 - b. ćwiczenia praktyczne

Dzień 2

1. Psychologia sprzedaży:
 - a. sprzedawanie korzyści,
 - b. typologia nabywców,
 - c. komunikacja werbalna i niewerbalna w procesie sprzedaży,
 - d. test umiejętności sprzedaży,
 - e. cechy dobrego handlowca,
 - f. ćwiczenia praktyczne
2. Pozyskiwanie i utrzymywanie relacji z klientami:
 - a. promocje,
 - b. programy lojalnościowe

Miejsce odbywania się warsztatów:

**Sala szkoleniowa nr 4 w Ośrodku Doradczo-Szkoleniowym Wydziału
Działalności Gospodarczej Urzędu Miasta Poznania, ul. Matejki 50.**
