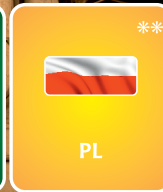
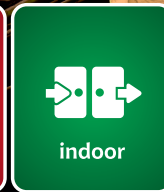
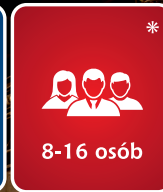
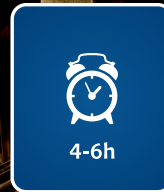




## SPRZEDAŻ



\* Za dopłatą możliwe zwiększenie liczby uczestników.

\*\* Za dopłatą możliwe prowadzenie gry w języku angielskim i niemieckim.

### Zostań najskuteczniejszym handlowcem!

Duże przedsiębiorstwo ogłasza przetarg na organizację szkoleń. Cztery firmy szkoleniowe próbują pozyskać ten kontrakt. Nie będzie to jednak łatwe, gdyż konkurencja jest zacięta a klient wymagający. Pracownicy poszczególnych firm będą musieli umiejętnie wykorzystać posiadaną wiedzę i poznane techniki sprzedaży tak, aby jak najlepiej rozpoznać oczekiwania swojego klienta i wyprzedzić swoją ofertą inne firmy. Komu uda się dowiedzieć więcej? Kto przygotowuje lepszą ofertę? Nie wiadomo, ale pewne jest jedno - kontrakt podpisze tylko jedna firma.

#### Gra dla:

- osób odpowiedzialnych za bezpośrednią sprzedaż B2B
- pracowników działów sprzedaży, których głównym zadaniem jest pozyskiwanie klientów oraz doprowadzenie do finalizacji procesu sprzedażowego
- przedstawicieli handlowych, którzy za cel stawiają sobie nie tylko sprzedaż produktów, ale także budowanie pozytywnych relacji z klientem
- osób podejmujących decyzje zakupowe w firmach chcących przekonać się, w jaki sposób prowadzić rozmowy ze sprzedawcami, aby uzyskać najlepszą dla siebie ofertę

#### Wyzwanie:

W czteroosobowych zespołach wcielacie się w rolę firm szkoleniowych rywalizujących na wspólnym rynku. Każda z nich ma równe szanse pozyskać kontrakt na usługi szkoleniowe, ale wygra tylko oferta najlepiej dopasowana do oczekiwań klienta. Rywalizacja o projekt wymaga doskonałego poruszania się w obszarze sprzedaży i umiejętności pozyskiwania kluczowych informacji, koniecznych do przygotowania oferty. Gra składa się z pięciu etapów, odzwierciedlających etapy prowadzenia rozmowy handlowej. Każdy z etapów rozgrywany jest w inny sposób.

#### Fundament:

- koncepcja prowadzenia rozmowy handlowej oparta o teorię tzw. nowoczesnej sprzedaży partnerskiej
- analiza transakcyjna wg modelu Berne'a

#### Korzyści:

- zróżnicowany sposób prowadzenia poszczególnych etapów gry oraz motywujące współzawodnictwo
- osadzenie etapów gry w procesie sprzedażowym oraz dostarczenie uczestnikom konkretnych narzędzi do pracy (scenariuszy asertywnych rozmów z Klientami)
- intensywny trening interpersonalny wpisany w emocjonujące zasady
- możliwość rozwinięcia umiejętności przekonywania klienta, pozyskiwania kluczowych informacji, negocjowania i poszukiwania optymalnego rozwiązania
- poznawanie różnorodnych taktyk sprzedażowych, dzięki czemu uczestnicy gry mogą stać się skuteczniejszymi... klientami

#### Rozszerzenia/Warianty:

- część szkoleniowa, w której omówione zostaną wykorzystywane w grze techniki sprzedażowe, przedstawione założenia analizy transakcyjnej oraz dobre praktyki sprzedażowe
- warsztat moderacyjny, podczas którego uczestnicy rozwiązują realny problem związany z poruszaną problematyką, istotny dla swojej organizacji

#### Logistyka:

Gra odbywa się w sali szkoleniowej. Wykorzystujemy: rzutnik, ekran, stoły z krzesłami dla uczestników.

#### Gra oczami uczestników:

„Mam już duże doświadczenie w handlu i często spotykam się z różnymi „technikami”, dlatego uważam, że ich znajomość pozwala wybronić swój interes w rozmowach.”

Każdy z nas żyje, coś sprzedając.

Robert Louis Stevenson

KLASTER  
Edutainment