

OKNA I DRZWI**EXPORT MANAGEMENT**

Jacek Czeremużyński
GM Solutions sp. z o.o.
tel. 517 651 947
jczeremuzynski@gmsolutions.pl

Niniejsza oferta zawiera materiały stanowiące własność intelektualną firmy GM Solutions. Materiały zawarte w ofercie nie mogą być przekazywane w części lub całości innym organizacjom bądź konsultantom.



PROGRAM SZKOLENIA

Szkolenie jest prowadzone w formie warsztatu wypełnionego ćwiczeniami. Uczestnicy zdobędą umiejętność precyzyjnego planowania działań sprzedażowych i doboru argumentacji dla zróżnicowanych rynków europejskich. Ważnym punktem szkolenia jest zbudowanie świadomości uczestników w zakresie adekwatnego konstruowania elementów oferty. Moduły szkolenia uwzględniają specyfikę działań eksportowych polegającą na indywidualnym charakterze pracy dedykowanych do eksportu handlowców. Zadaniem programu jest uruchomienie współpracy pomiędzy poszczególnymi uczestnikami, prowadzącej do budowania zaufania zagranicznych klientów do polskich produktów z branży budowlanej.

Cele szkolenia

- Uświadomienie uczestników różnorodności rynków i klientów
- Dostarczenie umiejętności doboru argumentów do poszczególnych rynków
- Analiza procesu sprzedaży na rynkach zagranicznych
- Tworzenie przejrzystych i perswazyjnych przekazów na temat produktu i oferty
- Dostarczenie umiejętności radzenia sobie z zastrzeżeniami klientów
- Zbudowanie motywacji do wdrożenia poznanych technik i narzędzi

Zagadnienia poruszane podczas szkolenia

1. Wstęp

- Przedstawienie się uczestników, organizacja zajęć, przedstawienie programu i zasad współpracy
- Rozgrzewka wprowadzająca w konwencję zajęć

2. TOTEM – ćwiczenie

- podział na zespoły
- praca w grupach
- prezentacja
- podsumowanie

Celem ćwiczenia jest otwarcie współpracy między uczestnikami integracji. W ramach ćwiczenia uczestnicy poznają swoje silne strony, docenią różnorodność, która będzie stanowiła istotne wsparcie w całej pracy warsztatowej.

3. Preferencje indywidualne – ćwiczenie

- rozdanie materiałów
- wybór indywidualny
- wybór grupowy z uzasadnieniem (oficer, restaurator, urzędnik)
- prezentacje grup
- przeniesienie doświadczeń do rynku międzynarodowego

Moduł otwierający dyskusję na temat różnorodności. W pierwszej części uczestnicy wezmą udział w ćwiczeniu spoza ich biznesowej specyfikacji, które pozwoli im odczuć różnorodności preferencji i argumentacji. Dzięki temu zrozumieją, jak bardzo istotna jest diagnoza oczekiwań klientów eksportowych i w konsekwencji dobór dopasowanych argumentów.

4. Cechy rynków europejskich

- prezentacja
- dyskusja moderowana
- wnioski

W tej części szkolenia uczestnikom zostanie przedstawiona prezentacja, dostarczająca wiedzy z zakresu cech charakteryzujących poszczególne rynki europejskie. Wiedza będzie przydatna dla opracowania w kolejnym module map oczekiwań i argumentacji dla poszczególnych rynków w branży okiennej.

5. Mapa oczekiwań

- przekazanie instrukcji materiałów do poszczególnych zespołów
- praca w grupach (np. Niemcy, Szwecja, Włochy)
- dobór argumentacji dla poszczególnych rynków
- prezentacja na forum
- wnioski

Zadaniem uczestników jest zdefiniowanie specyficznych oczekiwań klientów z danego kraju i dopasowanie adekwatnej argumentacji. Jest to kluczowy moduł, dzięki któremu uczestnicy zdobędą umiejętność świadomego doboru i tworzenia argumentacji i przewag swojej oferty dla poszczególnych rynków zagranicznych.

6. Trekianie – ćwiczenie różnorodności

- podział na 2 zespoły
- rozdanie instrukcji i rekwizytów
- I etap: projektowanie i planowanie
- II etap: realizacji
- III etap: wnioski i odniesienie do sytuacji biznesowej uczestników

W realizacji sprzedaży na różnorodnych rynkach ważny jest nie tylko dobór argumentacji, ale również zrozumienie odmiennych sposobów komunikacji. Ćwiczenie uświadamia konieczność uwzględnienia charakteryzujących klienta stylów komunikacyjnych i składa na handlowcu odpowiedzialność za czytelny przekaz.

6. Proces dochodzenia do kontraktu

- określanie etapów
- określanie celów dla poszczególnych etapów
- techniki realizacji poszczególnych etapów
- wskazanie istotnych różnic w realizacji etapów na poszczególnych rynkach zagranicznych

Działania handlowców pracujących samodzielnie często mają charakter chaotyczny. Jednym z pierwszych punktów poprawiających ich efektywność jest określenie procesu pozyskiwania kontraktów. Dzięki realizacji tego modułu uczestnicy określą zestaw działań prowadzących do sukcesu.

7. Badanie rynku

- źródła informacji
- sposób selekcji

W tej części uczestnicy wspólnie określą dostępne i nieformalne sposoby wyszukiwania potencjalnych klientów.

8. Deklaracja potencjału

- definicja i przykłady deklaracji potencjału
- fakty do deklaracji potencjału
- ćwiczenie deklaracji w podziale na rynki

W tym module uczestnicy zdobędą świadomość dotyczącą prezentowanych przez nich firm i produktów. Dzięki ćwiczeniom i scenkom nabiorą wprawy w angażującym klienta prezentowaniu swojej firmy.

9. Sondowanie potrzeb

- badanie oczekiwań,
- badanie sytuacji

Dzięki Metodzie Pytań Otwartych uczestnicy nabędą umiejętność uzyskiwania informacji technologicznych pozwalających zbudować ofertę, ale również będą potrafili zrozumieć biznes klienta, tak aby prezentowane argumenty nie stały w sprzeczności z jego preferencjami.

10. Metody uświadamiania potrzeb

- Lejek truizmów
- Metoda Sokratesa
- Ćwiczenia

W oparciu o wcześniejszą wiedzę uczestnicy będą ćwiczyli metody prowadzenia rozmów z klientami, których celem jest uświadomienie potrzeby uzupełnienia oferty i dodatkowe, dopasowane do sytuacji klienta rozwiązania. Moduł będzie prowadzony w oparciu o krótką dyskusję moderowaną, połączoną z wykładem, następnie trener za każdym razem zademonstruje technikę, a na końcu uczestnicy będą wielokrotnie ćwiczyli rozmowy z klientami.

11. Perswazyjny format sprzedaży

- PCK (potrzeba, cecha, korzyść)
- rozwinięcie w PFS (sytuacja, propozycja, mechanizm, korzyści, zamknięcie)
- odniesienie do procesu
- PFS w odniesieniu do dodatkowych elementów oferty
- ćwiczenia

W tej części szkolenia uczestnicy poznają metodologie PCK i PFS. Znajomość perswazyjnych metod umożliwi przekazanie informacji o ofercie w sposób skłaniający do zakupu

12. Pokonywanie zastrzeżeń

- lista zastrzeżeń
- waga zastrzeżeń cenowych
- kontrargumentacja do zastrzeżeń cenowych w zależności od szczegółów intencji i sytuacji klienta
- format Obchodzenia Zastrzeżeń
- ćwiczenia

Zazwyczaj handlowcy obawiają się zastrzeżeń ze strony klienta. Mają także czasami skłonność do ich wywoływania, albo wzmacniania. Z drugiej strony potrafią dość sprawnie znajdować kontrargumenty na poszczególne z nich. W trakcie tego modułu zostanie wykorzystana ta wiedza i doświadczenie, a dzięki dostarczonym narzędziom i formatom uczestnicy nauczą się poprowadzić rozmowę z klientem w sytuacji pojawiających się zastrzeżeń i zamknąć pozytywnie sprzedaż.

14. Etykieta biznesowa

- kluczowe zasady etykiety w biznesie
- etykieta w sytuacjach formalnych i nieformalnych (w biurze i przy stole)
- zasady precedencji
- ćwiczenia

W ramach tego modułu uczestnicy zdobędą kompetencje, które pozwolą im zachować pewność siebie w sytuacjach biznesowych

15. Zakończenie szkolenia

- podsumowanie zdobytej wiedzy
- plan wdrażania nowych umiejętności w codziennej pracy
- ankiety i dystrybucja certyfikatów

INFORMACJE O GM SOLUTIONS

KIM JESTEŚMY

Jesteśmy firmą doradczo – szkoleniową specjalizującą się w projektach wdrożenia zmiany, założoną przez zespół ludzi o bogatym doświadczeniu biznesowym i konsultingowym – menedżerów, handlowców, psychologów. W naszych działaniach koncentrujemy się na dostarczaniu niestandardowych, praktycznych i wysoce efektywnych rozwiązań w formie szkoleń, coachingu i konsultingu.

Konsultanci GM Solutions zdobywali doświadczenie w nowej dla Polski rzeczywistości gospodarczej, pracując dla renomowanych firm z wielu branż, takich jak FMCG, nowoczesne technologie, farmacja, finanse, bankowość.

Naszą misją jest budowanie przewagi konkurencyjnej naszych klientów poprzez dostarczanie im rozwiązań zwiększających efektywność organizacyjną – ludzi, idei, knowhow – w oparciu o rozwijanie kompetencji i postaw oraz wspieranie w budowaniu atmosfery sprzyjającej wyzwaniu potencjału.



NASZ SPOSÓB DZIAŁANIA

W ramach realizowanych przez GM Solutions programów rozwojowych i warsztatów dążymy do zmiany zachowań, popartej osiągnięciem mierzalnych rezultatów.

Podstawowym założeniem proponowanych przez nas programów szkoleniowych jest wysoki poziom zaangażowania Uczestników szkolenia, poprzez udział w szeregu ćwiczeń, zadań, interaktywnych warsztatów i wspólnych projektów. Metoda interaktywna angażuje grupę w dyskusję, wymianę informacji i doświadczeń. Taki proces dydaktyczny pozwala ograniczyć do niezbędnego minimum zajęcia teoretyczne i skupić się na nauce oraz doskonaleniu umiejętności praktycznych, które są przez Uczestników aplikowane w pracy zawodowej bezpośrednio po szkoleniu.



LAUREAT
W KONKURSIE PNSA
2 0 0 8

Realizujemy szkolenia oparte zarówno w 100% o nasze know-how, jak również takie, które projektowane są we współpracy z klientem i dopasowywane do wiedzy i standardów funkcjonujących w Firmie.

Poza usługami realizowanymi w Polsce zrealizowaliśmy projekty rozwojowe prowadzone w języku angielskim w takich krajach jak: Czechy, Rumunia, Chorwacja, Finlandia dla uczestników z Czech, Słowacji, Słowenii, Chorwacji, Rumunii, Węgier, Szwecji i Finlandii.

GM Solutions jest laureatem kategorii Trener Sprzedaży 2008 w konkursie Polish National Sales Awards.

Doświadczenia z zakresu sprzedaży i zarządzania znajdują swoje ujście także w ramach studiów podyplomowych w kierunku „Zarządzanie Zespołem Sprzedaży”, realizowanych przez GM Solutions, wspólnie z Akademią Leona Koźmińskiego.



NASI KLIENCI

Adad Telecom
Agmar Telekom
ARS Altmann
AVIVA Commercial Union
Axellus
BNP Paribas Fortis
Bonus
Bosch
British American Tobacco
Budmat
Camp America
Carlsberg Polska
Castrol
Danone Nordics
Danone Polska
Dell
Dom Development
Dorcen Delta Folie Polska
Dorcen Delta Folie Ukraina
EMES
ERA
Esselte
Europejski Fundusz Leasingowy
First Data
Foodcare
Grupa Kolastyna
GTI
HDS
Kalmar

KappAhl
Kompania Piwowarska
Kordal
Krugler
Liberty Direct
Link
Link 4
Lubella
MAN Roland
Marpeto
mConnect
Ministerstwo Środowiska
mTel
Nagler & Company Nicols Poland
North Coast
Optimo
PARP
Paso - Trading
Pharma Nord
PKO BP
Polcard
Polpharma
Polkomtel
Pratt & Whitney Kalisz
PTK Centertel
Purzeczko Grupa Securitas
PZU SA
Ramirent

Ramirent Scaffolding
Ramsat
Rato
Roto Frank
Sagrus
SANMAR
Sanofi-Aventis
SC Johnson
Securitas
Synergis
Śnieżka
Telekomunikacja Polska
Telkom-System
Tell
T-Net
Totolotek
TU Europa
Valeo
Valvex
Vattenfall Heat Poland
Vattenfall Poland
Vattenfall Trading Services
Wagner
Wikana
Wyborowa
Zdrovit
ZOŚ Centrum Doskonalenia
Nauczycieli
Żywiec Zdrój